مهارات اكتساب الآخرين

د. رفعت عارف الضبع



الهيئة المصرية العامة للكتاب
٢٠١٦

وزارة الثقافة

الهيئة المصرية العامة للكتاب

رئيس مجلس الإدارة

د. هيثم الحاج على

اسم الكتاب : مهارات اكتساب الآخرين

تأليف : د. رفعت عارف الضبع

الإخراج الفنى : عمر حمّاد على

الهيئة المصرية العامة للكتاب

ص.ب: ٢٣٥ الرقم البريدى: ١١٧٩٤ رمسيس

www.gebo.gov.eg

e-mail: info@gebo.gov.eg

الضبع، رفعت عارف.

مهارات اكتساب الآخرين/ رفعت عارف الضبع.

ـ القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٠١٦.

٣٦٨ص؛ ٢٤ سم.

تدمك ٤ ٠٧٧١ ٩١ ٩٧٧ ٩٧٨

١ ـ الاتصال (علم اجتماع)

أ ـ العنوان.

رقم الإيداع بدار الكتب ٨٣٣٤/ ٢٠١٦

I. S. B. N 978 - 977 - 91 - 0771 - 4

ديوى ٣٠١,١٤

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ﴾ (١٣)

صدق الله العظيم

سورة الحجرات آية (١٣)



إهـــــداء

إلى روح أمى الحبيبة رحمة الله عليها والمسلمين

إلى روح أبى رحمة الله عليه والمسلمين ــ

إلى نجلى "محمد" وذريتى وآل الضبع بجمهورية مصر العربية

وآل جهينة والشهداء الكرام

وقبيلة جهينة بالمدينة النبوية المشرفة بالمملكة العربية السعودية ومصر والسودان والعالم العربى، إلى كل مَنْ علمنى أو تعلم أو سيتعلم منى

إلى كل إعلامى إسلامى ونوعى وأمنى وتربوى واجتماعى وباحث ومتخصص وكاتب وصحفى وناشر ومؤلف، إلى كل مؤثر فى حاضرنا ومستقبلنا

إلى أمتنا الإسلامية والعربية العزيزة

أهدى هذا الكتاب عسى أن يجعل الله تعالى منه نبراساً يضىء لنا الطريق نحو مستقبل أفضل إن شاء الله فى ميزان حسناتنا. وأن يغفر الله تعالى لنا ولموتانا والمسلمين ذنوبنا وأن يجمعنا مع الأنبياء والصديقين والشهداء جميعا بالفردوس الأعلى وأن يحقق لنا السعادة فى الدنيـــا، ونشكر كل من تعاون معى فى إعـــداد وإخـــراج هذا المؤلف.



الشكــــر

لا يشكر الله من لا يُشكر الناس (حديث شريف)

يتشرف المؤلف أن يسجد لله حمداً وشكراً على إتمام هذا المؤلف، وصلى الله على سيدنا محمد وعلى جميع الأنبياء والرسل أجمعين عليهم أزكى الصلاة وأتم السلام.

كما يتقدم بخالص الشكر والتقدير والعرفان إلى والديه وأهله وأساتذته وعلماء الدين وقادة العالم الإسلامى والعربى وأصحاب الفكر المستنير ومعهد العلوم الاستراتيجية وقيادات ورجال الإعلام الأمنيين وأساتذة الجامعات والباحثين والمتخصصين والخبراء فى الصحافة ودور النشر والنقاد والكتاب والصحفيين وأصدقائى بمكة المكرمة وكل من أسهم فى إعداد هذا المؤلف، داعياً الله تعالى أن يكون هذا المؤلف فى ميزان حسنات الجميع، وأن يحقق الله تعالى لنا الأمن والمحبة والسلام وأن يعم الرخاء والسعادة مصرنا العزيزة الغالية والأمة العربية والإسلامية. والله تعالى من وراء القصد

المؤلف



توطئة

أسجد لله تعالى حمدا وشكرا بعد أن وفقنى الله تعالى فى تأسيس وإنشاء تسع شعب وأقسام علمية للإعلام التربوى داخل كليات التربية النوعية بالجهود الذاتية ولأول مرة فى مصر. وقد شرفنى الله تعالى باستحداث وتأصيل علوم حديثة لم تكن موجودة من قبل، بالإضافة إلى الإنجازات الأخرى وهى (علم الإعلام التربوى والخبر النوعى والصحافة التربوية بالإضافة إلى المؤلفات الأخرى والإتيكيت والتليفزيون النوعى والإذاعة النوعية والسينما والمسرح) وإصدار مجلة الإعلام التربوى بترخيص من المجلس الأعلى للصحافة، وهذا الجهد خالص لله تعالى، ثم لمصر الحبيبة والأمة العربية والإسلامية والإنسانية جميعا.

واستعنت بالله وتوصلت إلى توصيات علمية فى رسالتى الماجستير والدكتوراه باستحداث هذه العلوم البيئية الحديثة سالفة الذكر، وشاء القدر أن تكون توصياتى موضع التنفيذ لينتفع منها الجميع، وهذا العمل سعيت إليه بالتعاون مع بعض المخلصين لله والوطن من أجل أن تعمل هذه العلوم على تنقية الرسالة الإعلامية من الشوائب، وتحصين المتلقى ضد الرسائل الإعلامية الهابطة والتى أدت إلى تصادم الحضارات والثقافات وحدوث مشكلات تعانى منها جميع المجتمعات، وأدت إلى تفاقم مشكلات السرقة والكذب والطلاق والعنوسة والبطالة والأمية والتخلف وانتشار الأمراض، وأصبحت بعض أهداف الإعلام القديمة غير قادرة للقيام بدورها فى علاج هذه الظواهر المرضية، وكان لزاما علينا جميعا البحث عن العلوم البيئية الحديثة للمشاركة فى التصدى للغزو

الثقافى الهدام بتخريج إعلاميين تربويين قادرين على علاج هذه المشكلات وعلى تحقيق طموحات المجتمع.

تم بحمد الله تعالى الانتهاء من مؤلف مهارات الاتصال الفعال ووضع تعاريفها ومفاهيمها وفلسفتها وخصائصها وأغراضها وفوائدها ومجالاتها ونظرياتها وعلاقتها بالعلوم الإنسانية الأخرى ودورها فى تنمية المجتمع وتأصيلها فى القرآن الكريم والسنة النبوية المشرفة.

وفى هذا العمل المتواضع – التأصيل العلمى لمهارات الاتصال الفعال – أنتهز الفرصة لأتقدم بخالص الشكر إلى كل من ساعدنى فى تأسيس وتأصيل هذا المؤلف، وإننى إذ أقدم هذا العمل المتواضع أسجل الشكر والتقديم لكل أساتذتى وزملائى وأصدقائى الذين ساعدونى وعلى إخلاصهم نحو ازدهار العلوم الإنسانية وأن يكون لها دور فعال فى المؤسسات الأمنية والإعلامية المختلفة.

داعيا الله تعالى أن نكون جميعا دعائم للمثل السماوية العليا وأن نحقق للأمة العربية والإسلامية والعالم أجمع دوام الرضا والتقدم والازدهار . ويشتمل هذا المؤلف على أربعة فصول، واستعنت بـ/ 100مراجعاً عربياً وأجنبياً.

(إِنْ أُرِيدُ إِلاَّ الإِصْلاحَ مَا اسْتَطَعْتُ وَمَا تَوْفِيقِى إِلاَّ بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ)

صدق الله العظيم

الفصل الأول

تعريف الاتصال

أهداف وأهمية الاتصال

خصائص عملية الاتصال

وظائف عملية الاتصال

عناصر عملية الاتصال

أشكال عملية الاتصال

معوقات الاتصال

أقسام الاتصال



مقدمة

يعد الاتصال من الأنشطة الإنسانية المهمة والضرورية التى تعمل على ضمان التواصل بين الإنسان ومحيطه، فى العمل والمنزل والسوق والمجتمع والمؤسسة والمنتديات الحوارية عبر الإنترنت... ويعتمد نجاح الفرد فى عمله بشكل كبير على ما يمتلكه من مهارات الاتصال الفعال مع الآخرين، بل إن الشخص الذى يفتقر إلى القدرة على الاتصال بفعالية فى محيطه الإنسانى لا تخلو حياته من مشكلات فى الانسجام مع أقرانه وزملائه فى العمل وحتى مع عائلته.

وإذا كان الإنسان العادى لا يستغنى عن مهارات الاتصال الفعال فى حياته، فإن الإنسان الذى يمارس أنشطة سياسية وصحفية وإعلامية وإدارية ودعوية وحركية فى حاجة ماسة إلى هذه المهارات، حيث إن نجاحه فى هذه الأنشطة وتحقيق أهدافه والوصول إلى غايته يعتمد بشكل كبير على نجاحه فى الاتصال مع الآخرين والتواصل معهم.

تعريف الاتصال:

فى البداية نود أن نذكر أن هناك العديد من المفاهيم للاتصال نلاحظ من خلالها أن كلا منها يؤكد على جانب أو آخر له أهميته فى تحقيق العملية الاتصالية، كما نلاحظ اختلاف المفهوم من تخصص علمى إلى تخصص علمى آخر تبعا للأهداف التى يسعى هذا العلم إلى تحقيقها.

وفيما يلى نقدم أولا التعريف اللغوى والاصطلاحى لكلمة الاتصال: -

إن الاتصال والمترجم عن اللغة الإنجليزية (communication كلمة مشتقة أصلا من الكلمة اللاتينية (communis التى تعنى المشترك وفعلها (commu care وهو أن يذيع الشىء أو يشيع.

كما تعنى كلمة الا تصال "التعبير والتفاعل من خلال بعض الرموز لتحقيق هدف معين، وتنطوى على عنصر القصد والتدبير " .

أما أصل كلمة اتصال فى اللغة العربية فيرجع إلى الفعل يتصل والاسم يعنى المعلومات المبلغة أو الرسالة الشفوية أو تبادل الأفكار والآراء أو المعلومات عن طريق الكلام أو الإشارات.

كما تعنى الكلمة أيضا شبكة الطرق أو شبكة الاتصالات وكلها تؤكد على أهمية التفاعل والعلاقات الإنسانية بين البشر.

ونجد فى " مختار القاموس " قد عرف الاتصال على أنه " وصل الشىء بالشىء وصلا " بمعنى نقل المعلومات والمعانى والأفكار والمشاعر بين الأشخاص لتحقيق هدف معين أو غرض ما .وهناك أيضا من القواميس العربية الإنجليزية ما يستخدم فعل (communis) وكلمة (communis) كأحد مرادفات الفعل العربى - وصل - وشارك - وتفاعل.

كما يرى عالم الاجتماع (تشالز رايت) أن الاتصال هو " عملية نقل المعنى أو المغزى بين الأفراد ".

وقد وصف (روجرز كنكايد) (kincahd roges) الاتصال هو " العملية التى يخلق فيها الأفراد معلومات متبادلة ليصلو إلى فهم مشترك "

كما نجد أيضا أن (فلوريد بروكر) (eloyd - proker قد أوضح أن الاتصال " هو أى عملية لنقل فكرة أو مهارة أو حكمة من شخص لآخر ".

ويعرف (جون ديوى)" الاتصال على أنه عملية مشاركة فى الخبرة وجعلها مألوفة بين اثنين أو أكثرمن الأفراد ".

أما بالنسبة لتعريف علماء الإعلام فيرون أن الاتصال يعنى " أنه ظاهرة عامة ومنتشرة تقوم بدور لاغنى عنه فى تحقيق التفاعل الفكرى والحضارى داخل المجتمع الواحد وبين المجتمعات، أى أن الخبر أو المعلومة سواء أكانت واقعية أم خيالية تتحقق خلال عملية مشاركة بين المرسل والمتلقى من خلال عملية التغذية العكسية أى مايصل إلى المرسل من آراء واتجاهات، وبناء عليه فهى ليست مجرد عملية إرسال واستقبال لمعلومات أو أفكارأو مشاعر، بل إنها تفاعل بين جميع العناصر وبالذات المرسل والمتلقى . والكلمة الإنجليزية communication تشير إلى كلمة الاتصال، ويمكن تعريفه كعلم مستقل بذاته الى أنه يحاول " أن يدرس إنتاج ومعالجة وتأثير الرموز وأنظمة الشفرات عن طريق نظريات قابلة للتحليل تحتوى على تعميمات شرعية تمكن من تفسير الظواهر المرتبطة بالانتهاج، المعالجة والتأثيرات.

وهناك تعريف (صالح خليل أبو أصبع) للاتصال على أنه عملية يقوم بها الشخص فى ظرف ما بنقل رسالة ما، تحمل المعلومات، أو الآراء، أو المشاعر إلى الآخرين لهدف ما، عن طريق الرموز، بغض النظر عما قد يعترضها من تشويش.

وبالنظر إلى هذا التعريف نجده يشتمل على مجموعة من العناصر أهمها:-

١ـ أن الاتصال عملية بمعنى أنه سلسلة من العمليات أو الأحداث المستمرة أو المتحركة دائما تجاه الهدف، فهو عملية ديناميكية يتم استخدامها لنقل المعانى والقيم الاجتماعية والخبرات المشتركة.

٢ـ القائم بالاتصال (المتصل) فأى عملية اتصالية تعنى وجود من يقوم بالاتصال وهو المتصل) (ommunicator) وقد يكون شخصا عاديا أو معنويا (شركة / وزارة / مؤسسة) وهو الطرف الذى يبادر بالاتصال فهو يقوم بتوجيه رسالته إلى شخص أو مجموعة من الأشخاص.

٣ـ الرسالة ونعنى بها المعلومات أو الآراء أو المشاعر أو الاتجاهات التى يرغب المتصل بنقلها إلى الآخرين عبر الرموز التى قد تكون صوتية مثل الكلام، أوصورية مثل الكتابة أو حركية مثل الإشارات.

٤ـ المتلقى (المستمع) ونعنى به الآخرين الذين يتلقون الرسالة سواء أكان المتلقى فردا، أم جماعة، أم مؤسسة،أم جمهورًا .

٥ ـ الهدف: فعملية الاتصال يجريها القائم بالاتصال لهدف ما، قد يكون للتأثير فى أفكار أو مشاعر أو اتجاهات أو آراء المتلقين للرسالة.

٦ـ الوسيلة: يتم نقل الرسالة عن طريق وسيلة ما، فنجد مثلا فى حالة الاتصال الشخصى يتم نقلها عن الطريق الشفوى، أما فى حالة الاتصال الجماهيرى قد يتم نقلها عن طريق (الكتاب - المجلة - الجريدة - الإذاعة - التليفزيون - السينما).

٧ ـ التشويش: فعملية الاتصال مهما كان نوع الوسلة المستخدمة فيها أو مستواها، فهناك بعض عناصر التشويش التى يحتمل أن تتداخل فى العملية الاتصالية، مما يمكن أن يؤثر فى نجاح العملية الاتصالية.

٨ ـ الظرف الذى تتم فيه عملية الاتصال: إذ إنه لايتم فى فراغ، فهو يتم فى بيئة اجتماعية وثقافية واقتصادية وغيرها.

وهذه هى العناصر الأساسية فى أية عملية اتصالية، والتى يمكن تمثيل عناصرها الرئيسية من خلال النموذج الذى اقترحه بيرلو.

تعددت تعريفات الاتصال وتنوعت، والمقصود بالاتصال كعملية إلى أن الاتصال ظاهرة مستمرة ومتغيرة لابداية لها ولانهاية ولاتخضع لتسلسل أو تتابع معين، فالاتصال عملية مستمرة ودائمة التغير ولها مستويات، والقول بأن الاتصال يتكون من (مصدر - رسالة - وسيلة - مستقبل -) بهذا الترتيب مجرد محاولة متعسفة لبيان سريان الاتصال حسب ترتيب منطقى نستوعبه.

كما عرف ديفيد فى كتابه عن عملية الاتصال الصادر عام (1960 أن الاتصال كعملية يشير إلى أية ظاهرة يطرق عليها تغيير مستمر مع مرور الزمن فعملية الاتصال متشابكة متعددة الجوانب متغيرة لاتتم فى فراغ ولاتحدث منفصلة على انفراد بعيدا عن القوى المؤثرة فى البيئة المحيطة، وتعنى دراسة الاتصال كعملية أن لهذه العملية سمات أساسية هى: -

- عملية مستمرة لاتتوقف أو لاتتجمد عند نقطة محددة، أى مثل النهر عبر الزمن.

- عملية على درجة عالية من المرونة والديناميكية.

عملية قد تدور حول حادثة أو واقعة لاتقيدها حدود إلا تصورات وإدراكات الأطراف المشاركة فى هذه العملية، كما يمكن تعريف الاتصال كعملية على النحو التالى: -

أنه العملية المستمرة التى يتم بمقتضاها تكوين العلاقات بين أفراد المجتمع وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والتجارب فى رموز دالة فيما بينهم لتحقيق أهداف معينة، ويثير هذا الفهم لماهية الاتصال مجموعة من المحددات التالية: -

١- الاتصال أيا كان حجمه ونوعه، فإنه عملية لها عناصرها المتعددة والمتغيرة التى تتفاعل معا لتحديد كفاءتها، كما أن لهذه العملية سمات إنسانية أساسية فهى مستمرة لا تتوقف أو تتجمد عند نقطة معينة.

٢- يعد التفاعل المتبادل بين طرفى الاتصال عنصرًا مهمًا فى العملية؛ لأنها لاتشير إلى النقل من جانب واحد فقط، إنما فى إطار تبادل مشترك.

٣- هناك اختلافات بين مادة الاتصال التى تختلف من حيث الموضوع والهدف وبين العملية ذاتها التى تتضمن التغير والاستمرارية.

٤- تعد اللغة عنصرًا مهمًا فى تحقيق الاتصال؛ لأنها أداته الرئيسية وتعد بمثابة المرآة التى تعكس الأفكار وتحدد بدرجة أو بأخرى نطاق تفكير الفرد وقدرته على وضع الرموز وفكها.

٥ - القدرة على الاتصال عنصر مهم لفهم عملية الاتصال لأن التفاعل والمشاركة التى تميزه تتطلب قدرات بين طرفى الموقف الاتصالى لفهم العملية.

٦- الاتصال عملية معقدة لها عناصرها المتشابكة تبدأ بالمصدر والرسالة والمتلقى.

كما قدم العديد من المفكرين بعض التعريفات لعملية الاتصال وفيما يلى أهم هذه التعريفات: -

فيذكر الباحث (كارل هوفلاند) أن الاتصال هو العملية التى ينقل بمقتضاها الفرد (القائم بالاتصال) منبهات معينة (عادة رموز لغوية) لكى يعلم سلوك الأفراد الآخرين (مستقبلى الرسالة) بمعنى أن القائم بالاتصال ينقل عمدا (أى بشكل هادف) منبهات لإحداث تأثير معين.

- ويقول الباحث (تشارلس موريس) أن اصطلاح الاتصال حينما نستخدمه بشكل واسع النطاق، فإنه يتناول أى ظرفٍ توافر فيه مشاركة عدد من الأفراد فى أمر معين، ولكن موريس يقتصر الاتصال على استخدام الرموز لكى تحقق شيوعا ومشاركة لها مغزى، أى أن تحقيق تآلف حول قضية معينة سواء بواسطة الرموز أو أى وسيلة معينة يسميها موريس الاتصال.

أما الباحث (جورج لندبرج) فيقول إن كلمة اتصال تستخدم لتشير إلى التفاعل بواسطة العلامات والرموز. وهذه الرموز قد تكون حركات أو صورًا أو أى شىء آخر يعمل كمنبه للسلوك كما يشير الباحث (سنيفنز) فى تعريفه للاتصال أنه استجابة الكائن الحى لمنبه معين بشكل متميز لإحداث تأثير معين.

مفهوم الاتصال:

أصبح مفهوم الاتصال من المفاهيم المحورية فى تراث العلوم الإنسانية ومناقشتها، حيث ظهرت فى العقود الأخيرة العديد من الكتابات المتخصصة فى الاتصال أومتضمنة له فى ثناياها، ويلاحظ أن المصطلح يأخذ معانى متباينة لدى أصحاب التخصصات المختلفة، وفيما يلى طرح لبعض هذه المفاهيم للاتصال نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر:

- الاتصال هو بث رسائل واقعية أو خيالية موحدة على أعداد كبيرة من الناس يختلفون فيما بينهم من النواحى الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية وينتشرون فى مناطق متفرقة.

- الاتصال هو النشاط الذى يستهدف تحقيق العمومية أو الذيوع أو الانتشار أو الشيوع لفكرة أو موضوع أو قضية عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات باستخدام رموز ذات معنى موحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل من الطرفين

- الاتصال هو العملية التى يتفاعل بمقتضاها متلقى ومرسل الرسالة فى مضامين اجتماعية معينة، وفى هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات بين الأفراد عن قضية معينة أو مجرد واقع معين.

- كما عرف كل من (مرفت الطرابيشى - وعبد العزيز السيد) فى كتابهما (نظريات الاتصال) :-

- الاتصال بصفة عامة هو عملية أساسية فى المجتمع تتضمن تفاعلا مستمرا بين طرفين أساسيين هما المرسل والمتلقى فى إطار بيئة أو سياق اجتماعى معين، ومن غير الممكن فهم أى جانب من جوانب عملية الاتصال بمعزل عن الجوانب الأخرى، ولو حدث تغير فى أى عنصر من عناصر عملية الاتصال قد يترتب عليه تغير فى بقية العناصر الأخرى، ومن هذا المنطلق تشمل العملية الاتصالية تغيرات مستمرة ومتتالية، وإذا كان الاتصال عملية تفاعل وتناقل للأفكار والمعلومات،فإن أساليب الاتصال تعنى كافة الطرق التى من خلالها يتم نقل هذه الأفكار والمعلومات إلى الجمهور، وتتنوع هذه الطرق ما بين الإشارات والكتابات التصورية والعلامات الرياضية والصيحات التلقائية التى تحمل معنى ما، وبصفة عامة يقوم الاتصال على مجموعة أشكال وصور من الرموز والمعانى المستمدة من ثقافة الأفراد، ويتم تعلمها من خلال الخبرة الشخصية والتنشئة الاجتماعية التى يكتسبها الفرد من الأسرة والبيئة، وتلعب الفروق الفردية وا لاختلافات الثقافية بين الجماعات دورًا مهمًا فى عملية الاتصال، ومن ثم تنعكس على كفاءتها وفاعليتها فى النهاية.

تعريفات أخرى للاتصال:-

نود أن نؤكد على أن تعدد تعريفات الاتصال بتعدد العلوم الإنسانية لا يشير إلى خلاف فى التعريف بقدر ما يشير إلى ثراء المعنى وتأكيد أهميته، وتعدد تعريفات الاتصال دعا الكثير من الخبراء والباحثين إلى محاولة تصنيف هذه التعريفات فى مجموعات، وفيما يلى عرض لهذه التعريفات: -

وأقدم هذه التعريفات هى التى ركزت على الاشتقاق اللغوى للكلمة اللاتينية بمعنى يشيع أو يجعل الشىء شائعا.

وبالتالى فإن الاتصال يتحقق عندما تتوافر مشاركة عدد من الأفراد فى أمر ما، ونحن عندما نتصل فإننا نحاول أن نشترك فى المعلومات والأفكار والاتجاهات.

والاتصال هو العملية التى تشيع أو تنشر ما كان قاصرا على فرد واحد،وبين اثنين أو أكثر.

وهذه التعريفات ومثلها تأثرت الى حد ما بهذا الاشتقاق اللغوى، فقصرت الاتصال على مجرد نقل المعلومات من فرد إلى فرد آخر، فيتحقق الشيوع والانتشار نتيجة النقل.

وفى تعريف آخر (محمد عبد الحميد) هو العملية الاجتماعية التى يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والآراء والأفكار فى رموز دالة، بين الأفراد أو الجماعات داخل المجتمع، وبين الثقافات المختلفة لتحقيق أهداف معينة.

وهذا التعريف هو محاولة للتوفيق بين الاتجاهات المختلفة للعلوم فى النظر إلى عملية الاتصال من خلال منظورها الخاص.

ويؤكد التعريف على مفهوم العملية فى الاتصال، وهو ما يعنى التغير والتطور والاضطراد فى حركة العناصر فى علاقتها ببعضها البعض، وحركة عملية الاتصال فى علاقتها بالسياق الذى تعمل فيه والعمليات الأخرى المصاحبة التى تؤثر فيها وتتأثر بها.

وكذلك يؤكد على الجانب الاجتماعى فى وصف العملية ككل بالخاصية الاجتماعية، باعتبارها ضرورة اجتماعية لتلبية حاجات الفرد و المجتمع.

هناك العديد من التعريفات الأخرى للاتصال نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر: -

١ـ الاتصال هو عملية تتكون من سلسلة من الأنشطة تتضمن: الاستماع، التأمل، التعبير، الاختيار، الشعور، السلوك. وهو عملية مخطط لها تستهدف تحفيز الآخرين وخلق دوافع عندهم لتبنى مواقف وممارسات جديدة وهو عملية منهجية عبر فترة زمنية مخددة تتطلب تبادل وجهات نظر مفيدة من خلال حوار شخصين (أحدهما مرسل والآخر مرسل إليه). حميد، وأبو زيتون ٢٠٠٧.

٢ - الاتصال هو عبارة عن تبادل المعلومات ونقل المعنى ومن ثم، إذا لم ينقل المعنى الذى يقصده المرسل إلى الشخص الآخر المرسل اليه فإن الاتصال لايكون قد تم (كارى ديسر ١٩٨٥).

٣ـ الاتصال هو إطلاق المعلومات وإصابة الهدف بها، وذلك بالتأكيد من أن تلك المعلومات تم فهمها متخطية العوائق التى تقابلها لكى تحقق الرسالة هدفها ويتم ذلك من خلال خطوات ثلاث هى عملية الإرسال من المرسل ووسيلة الإرسال وعملية استقبال الرسالة من المستقبل أو المرسل إليه (هارولد ١٩٦٤).

٤ـ الاتصال هو عملية مابين الأشخاص لإرسال واستلام رموز تتضمن رسائل.

٥ ـ الاتصال هو وضع الأفكار فى صياغات (رسالة) وفى وسيلة مناسبة، بحيث يمكن أن يتفهمها الطرف الآخر، ويتصرف بالشكل المطلوب. (أحمد ماهر) ويركز هذا التعريف على أن تفهم الرسالة هى مسئولية أحد أطراف الاتصال وليس كليهما، مع إهمال تأثير ظروف البيئة وتوقيته.

- مفهوم آخر للاتصال لـ (إسماعيل على سعد) أن الاتصال بمعناه العام والبسيط يقوم على نقل أو استقاء أو تبادل المعلومات بين أطراف مؤثرة

ومتأثرة - مصادر ومتلقين على التخصيص أو التعميم -على نحو يقصد به ويترتب عليه تغيير فى المواقف أو السلوك، أى أن أكثر العمليات الاتصالية قدرة على تحقيق الغرض منها هى تلك التى تربط بين المحرضات (أى الإشارات أو الرموز الاتصالية التى تهدف إلى إحداث الأثر) كماوكيفا وبين قابلية المتلقى ونزوعه على ما فى الإنسان من جنوح الأهواء والتمركز حول الذات.

- كما يرى (كروكنت) أن الاتصال بين البشر يتم عندما يستجيب الإنسان لرمز ما.
- وفيمايلى أهم العناصر التى تنطوى عليها عملية الاتصال كما أوردها (كروكنت): -

١- إن الاتصال الإنسانى يعتمد على الرموز،
٢- سواء أكانت على هيئة كلمات أم غير ذلك.
٣- أحدثت بقصد أو بغير قصد.
٤- بواسطة مصدر على وعى أوعلى غير وعى بما يفعل.
٥ - وتلك الرموز تحدث استجابة لدى المتلقى.
٦- بعضها قد يكون ظاهرا وبعضها قد يكون خفيا.
٧- وبعضها قد يكون مقصودا وبعضها قد يكون غير مقصود،
٨ - وقد تكون هذه الاستجابات أو قد لا تكون على مستوى عال من الوعى.
٩- وقد تكافئ أو قد لاتكافئ قصد المصدر.
١٠- أو قد تكون فى الحقيقة استجابة من الشخص لرمز أحدثه هو بنفسه.

كما عرف (محمد منير حجاب) الاتصال على أنه كلمة تشتق من الأصل اللاتينى (communication) وتعنى مشترك وفى الأصل الإنجليزى تعنى كلمة (communication) أى شائعا ومألوفًا، ومن خلال المفردات السابقة يمكن تعريف

الاتصال على أنه: عملية نقل وتبادل المعلومات وجعل معانيها معروفة بين الناس لتحقيق غرض ما أو أكثر.

وفى رأيه فكلمة الاتصال يقصد بها العملية الرئيسية التى يمكن أن ينطوى فيها كافة أوجه النشاط الإعلامى والدعائى والإعلامى والتوعوى بالإضافة إلى أنشطة العلاقات العامة والمعلومات، بهدف تبادل المعلومات والأفكار والآراء والمعتقدات والمشاعر والاتجاهات بين طرفى عملية ديناميكية متواصلة ودون نهاية، وباستخدام رموز ذات معنى معين وأساليب محددة للتأثير ووسائل إعلامية معينة وعبر نسق اجتماعى معين ووسائل لتحقيق الأهداف الأساسية المقصودة من عملية الاتصال. ومن أشهر التعريفات أيضا تشارلز كولى عالم الاجتماع حيث عرف الاتصال على أنه ذلك الميكانزم الذى أمكن من خلاله للعلاقات البشرية أن تتقوَّم وتتطور وأمكن من خلاله لرموز العقل الإنسانى أن تترابط وتنتقل عبر الزمان والمكان بواسطة وسيلة الإرسال.

ويرى شانون وويفر أن الاتصال يشمل كافة الأساليب والطرق التى يؤثر بموجبها عقل فى عقل آخر باستعمال رموز، ويعرف فرانك داميس الاتصال على أنه العملية التى يتفاعل عن طريقها المرسل والمستقبل فى إطار اجتماعى معين بانتزاع الاستجابة باستخدام تلك الرموز الشفهية التى تعمل كمثيرات لتلك الاستجابة.

عرفه أيضا (إبراهيم الإمام) بأنه حامل العملية الاجتماعية والوسيلة التى يستخدمها الإنسان لتنظيم واستقرار وتغيير حياته الاجتماعية ونقل أشكالها ومعناها من جيل إلى جيل عن طريق التعبير والتسجيل والتعليم.

كما عرف (عاطف العبد) الاتصال بأنه نقل المعلومات والأفكار والاتجاهات من طرف إلى طرف آخر من خلال عملية ديناميكية مستمرة وليس لها بداية أو نهاية

وترى (جيهان رشتى) أن الاتصال هو العملية التى يتفاعل بمقتضاها متلقى ومرسل الرسالة - كائنات حية أو بشرا أوآلات -فى مضامين اجتماعية معينة،

وفى هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات بين أفراد عن قضية معينة أومعنى مجرد أو واقع معين، ويعرف (سمير حسين) الاتصال بأنه النشاط الذى يستهدف تحقيق العمومية أو الذيوع أو الانتشار أو الشيوع لفكرة أو موضوع أو منشأة أو قضية عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات باستخدام رموز ذات معنى موحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل من الطرفين.

تعريف (سامى الشريف) للاتصال يرى أن كلمة اتصال تعنى تأسيس جماعة أوالمشاركة، وتلاقى العقول التى تسعى إلى إيجاد مجموعة من الرموز المشتركة فى أذهان أولئك الذين يقومون بالاتصال ويدل اللفظ على التفاهم والحميمية فينقل المعانى والأفكار والخبرات والمعلومات. وعليه فإن الاتصال كعملية يتم فى اتجاهين، إذ إن الرسائل تنساب فى الاتجاهين معا، وينبع عنها إجراءات مشتركة ذات استجابات مشتركة بين المرسل والمستقبل.

تعريف (حسن عماد مكاوى وليلى حسين) أن كلمة الاتصال تستخدم فى سياقات متعددة فهى بمعناها المفرد (communicate) تعنى نقل الأفكار والمعلومات والاتجاهات بين الأفراد أو الجماعات وفى صيغة الجمع communicate تشير إلى الوسائل التى تحمل مضمون الاتصال.

تعريف (محمد عبد الحميد) للاتصال هو العملية التى بمقتضاها يبادل المعلومات والأفكار والآراء فى رموز دالة بين الأفراد أو الجماعات داخل المجتمع وبين الثقافات المختلفة لتحقيق أهداف معينة.

ويذهب (محمود عودة) إلى أن الاتصال يشير إلى العملية التى تنتقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعى معين يختلف من حيث العلاقات المتضمنة فيه بمعنى أن يكون هذا النسق الاجتماعى مجرد علاقة ثنائية نمطية بين شخصين أو جماعة صغيرة أو مجتمع قومى أو حتى المجتمع الإنسانى ككل.

وفى تعريف (على عجوة) للاتصال إن الاتصال لايعنى مجرد توجيه رسالة من طرف إلى آخر، وهو العملية التى يمكن أن يطلق عليها البث أو النشر أو الإرسال

من جانب واحد فلكى يتم الاتصال لابد أن يتلقى الطرف الأول ردا فوريا أو مؤجلا على رسالته وأن تستمر الردود مع استمرار توجيه الرسائل فإذا انقطعت الردود أصبحت الرسائل، بثا أحادى الاتجاه.

ويرى (صلاح الدين جوهر) أن الاتصال كعملية يتضمن المشاركة أو التفاهم حول شىء أو فكرة أو إحساس أو اتجاه أو سلوك أو فعل ما.

تعريف المؤلف د / رفعت عارف الضبع:

هى عملية نقل للمعلومات أو الأفكار بين طرفين يستوعبان الرسالة لتحقيق أهداف نشرها

أهداف وأهمية الاتصال:

أولا أهداف الاتصال:

تسعى عملية الاتصال إلى تحقيق هدف عام، وهو التأثير فى المستقبل حتى يحقق المشاركة فى الخبرة مع المرسل وقد يركز هذا التأثير على أفكاره لتعديلها وتغيرها أو ينصب على اتجاهاته أو على مهاراته كما يمكن للاتصال أن يحقق العديد من الأهداف الأخرى متمثلة فى: -

١ـ هدف تعليمى: حيث يتجه الاتصال إلى إكساب المستقبل مهارات جديدة أو مفاهيم جديدة.

٢ - هدف تثقيفى: ويتحقق حينما يتجه الاتصال نحو تبصير وتوعية المستقبلين بأمور ذات أهمية بالنسبة لهم بغرض مساعدتهم وزيادة معارفهم واتساع أفقهم لما يدور من حولهم من أحداث.

٣ـ هدف توجيهى: ويمكن أن يتحقق ذلك عندما يتجه الاتصال إلى إكساب المستقبل اتجاهات جديدة، أو تعديل اتجاهات قديمة مرغوب فيها، وقد تبين

من الدراسات العديدة التى أجريت أن الاتصال الشخصى أقدر على تحقيق هذا الهدف من الاتصال الجماهيرى.

٤- هدف ترفيهى أو ترويحى: ويتم ذلك من خلال قيام الاتصال بإدخال البهجة والسرور والاستمتاع إلى نفس المستقبل.

٥ - هدف اجتماعى: حيث يتيح الاتصال الفرصة لزيادة احتكاك الناس بعضهم ببعض، وبذلك تقوى الصلات الاجتماعية بين الأفراد.

٦- هدف إدارى: ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو تحسين سير العمل وتوزيع المسئوليات ودعم التفاعل بين العاملين فى المؤسسات والهيئات.

ثانيا أهمية الاتصال:

للاتصال أهمية كبيرة حيث إننا نعيش عصر الأقمار الصناعية التى توحد بين القارات لتنقل الكلمة والصورة عبر آلاف الكيلو مترات وتعرضها مباشرة على الناس جميعا ومن ثم نال موضوع الاتصال اهتمام الكثير من الدارسين الذين يهتمون بالاتصال بوصفه عملية اجتماعية وضرورة من ضرورات استمرار الحياة الاجتماعية ذاتها كما تنبع أهمية الاتصال أيضا من الآتى: -

١- يمكن من خلاله زيادة مشاركة الأفراد فى مشروعات التنمية، وكذلك زيادة انتمائهم لمجتمعهم ،وذلك لأن المعلومات التى يحصلون عليها من العملية الاتصالية تتسم بالصدق والوضو ح والشمول والصراحة.

٢- مهارة الاتصال مهارة إنسانية فيها احترام الإنسان وقيمه وتفكيره ومشاعره، ومن خلاله يتم مواجهة احتياجاتهم الأساسية.

٣- يعمل الاتصال على خلق فرص الاحتكاك والتقارب بين الأفراد.

٤- يكتسب أفراد المجتمع معلومات جديدة، كما تزيد من فرص التفاعل الاجتماعى فيما بينهم من خلال مايتم نشره بالصحف والمجلات والإذاعة والتليفزيون.

٥ ـ يعتبر الاتصال أداة فعالة لمواجهة الشائعات المختلفة والتى من شأنها إثارة البلبلة بين الجمهور.

٦ـ الاتصال وسيلة أساسية فى تحسين الأداء والتبادل الفكرى بين الأفراد.

٧ـ يعتبر الاتصال أداة مهمة لربط كافة المكونات الداخلية للمؤسسة مع بعضها البعض وفى تدعيم علاقة المؤسسة بالبيئة المحيطة بها.

خصائص عملية الاتصال: -

هناك العديد من الخصائص تمتاز بها العملية الاتصالية أهمها: -

١ـ الاتصال له صفة التلقائية:

فأفراد المجتمع مدفوعون اجتماعيا إلى الاتصال ببعضهم البعض بطريقة تلقائية، حتى يتمكنوا من الاستمرار فى حياتهم الاجتماعية، وعلى هذا فالاتصال هو من صنع الإنسان يسعى لتحقيق أهداف المجتمع.

٢ـ الاتصال ظاهرة اجتماعية عامة لها صفة الانتشار:

يعتبر الاتصال من الظواهر العامة و المنتشرة على مستوى الأفراد والجماعات ويمارس فى كافة المنظمات سواء أكانت محلية أم إقليمية أم دولية، حيث لايمكننا تصور إنسان يعيش بمفرده أو بعيدا عن الأحداث التى تدور حوله فى المجتمع.

٣ـ الاتصال عملية تتسم بالموضوعية والواقعية:

الاتصال لايخضع للعوامل الذاتية، وإنما يخضع للعوامل الموضوعية فلا يمكن للإنسان أن يخفى مشاعره السلبية تجاه شخص آخر، مهما مرت الأيام فلابد أن يعبر الاتصال عن نفسه من خلال المشاعر الحقيقية والواقعية التى ترتبط بنوعية الأحداث فى مكان معين وزمن معين، وعلى هذا فالاتصال يستمد أصوله من الواقع وما يترتب عليه من تأثيرات متبادلة بين أطرافه.

٤. الاتصال عملية لها صفة الجاذبية:

فالاتصال يجعل الإنسان لايكف عن تدعيم شبكة الاتصالات الاجتماعية بأقاربه وزملائه فى العمل وأصدقائه، بل إنه لايكتفى بذلك، بل يوسع من دائرة معارفه بتكوين علاقات مع الأفرادوالجماعات فى مجتمعه، فقد تكون صفة الجاذبية:

- جاذبية شعورية حماسية
- جاذبية شعورية هادئة

٥ ـ الاتصال عملية تحقق ترابط المجتمع:

فيعتبر الاتصال وسيلة لتحقيق الترابط والتماسك بين أفراد المجتمع من خلا ل مواجهة الشائعات وكل ما من شأنه أن يسىء إلى أمن المجتمع، وهو بذلك يعمل على بث ونقل القيم والعادات والتقاليد، وكل ما هو ذو قيمة فى ثقافة أو حضارة المجتمع والمحافظة عليها.

وظائف عملية الاتصال:

تؤدى عملية الاتصال الوظائف الآتية:

١ ـ نقل الرسالة من طرف إلى آخر.

٢ ـ استقبال البيانات والاحتفاظ بها.

٣ ـ تحليل البيانات واشتقاق المعلومات منها.

٤ ـ التأثير في العمليات الفسيولوجية للجسم و تعديلها.

٥ ـ التأثير فى الأشخاص الآخرين و توجيههم.

أما بالنسبة لوظائف الاتصال الجماهيرى فيرى الباحثون أنها كثيرة ومتنوعة ومن أهمها: -

١ـ وظيفة الإعلام ونشر المعرفة، وذلك حول ما يحدث داخل المجتمع أو خارجة من خلال مواد إخبارية أو علمية أو ثقافية أو رياضية، وتعتبر هذه

الوظيفة هى الوظيفة الأولى التى أنشئت من أجلها الصحف، وتمثل هذه الوظيفة أساس كل الوظائف التالية حيث يعتبر الخبر المادة الخام التى يتم من خلالها بناء الشرح والتفسير والتعليق ثم التوجيه والإرشاد.. الى آخره، وتتمثل هذه الوظيفة أيضا فى مراقبة البيئة - كما ذكرها لازويل - والكشف عن الأخطار المحيطة بها ومواجهتها، وبالتالى تلبية حاجة الأفراد إلى الأمن والاستقرار.

٢ ـ وظيفة التفسير والتوجيه للفكر وتشكيل الرأى العام والسلوك وقيم وسلوك الجمهور المتلقى من خلال تطوير أشكال وقوالب متعددة فى اختيار المادة وترتيبها لتفسيرها وتوضيح أبعادها.

٣ ـ وظيفة نقل التراث الثقافى عبر الأجيال، كذلك نقل القيم السلوكية والمعايير وعرضها لدى الأفراد من أجل إحداث تطور آمن لكل الأجيال المتتالية.

٤ ـ وظيفة التعلم والتنشئة الاجتماعية، وتهدف إلى تزويد الأفراد بالخصائص الثقافية والمعرفية، والتأكيد عليها حتى يتم تحقيق التماسك الاجتماعى والالتفاف حول الأهداف الوطنية.

٥ ـ وظيفة الترفيه، بأن يساعد الفرد على قضاء وقت فراغه بطريقة مفيدة له ولمجتمعه أيضا يساعد الفرد على الهروب من مشكلاته اليومية ويساعده هذا على الراحة والاسترخاء.

٦ ـ وظيفة الدعاية، وبدأت استخدام هذه الوظيفة فى الفترة بين الحربين الأولى والثانية وما بعدها خلال الحرب الباردة، وذلك عن طريق نشر مبادئ أو أفكار معينة بشكل عمدى ومقصود، وذلك بغرض السيطرة على الرأى العام أو التحكم فى السلوك الاجتماعى للجماهير، بما يخدم أهداف الدعاية؛ ولذلك تعرف الدعاية بأنها الجهود المخططة التى تستهدف التأثير فى اتجاهات الجمهور أو آراء الغير ليكون فى الجانب المؤيد، وذلك من خلال توظيف عددمن القوى الضاغطة على الفرد لتغيير آرائه أو توجيه سلوكه.

٧ ـ وظيفة اقتصادية، عن طريق الإعلان والتسويق، ويتم ذلك من خلال الجهود الاتصالية التى تسعى الى التأثير فى النشاط التسويقى وتحقيق أهداف

تجارية ويطلق عليها النشاط الاتصالى التجارى كما يتم هذا الإعلان عن طريق جهود مدفوعة لعرض الأفكار والآراء وتفسيرها بغرض تسويقها بين الجمهور إلى جانب استخدامه بشكل واضح فى الجهود الترويجية للسلع والمنتجات معتمدا على الاستمالات العاطفية والغرائز بالدرجة الأولى لتوجيه الأفراد إلى السلوك المؤيد للفكرة أو إلى الرأى أو المنتج باعتباره هدفا معلنا من الاتصال الإعلامى.

٨ ـ وظيفة الدعوة: ظل لفترة طويلة الخلط بين مفهومى الدعاية والدعوة إلى أن ظهر التباين الواضح بين المفهومين، فالدعاية فى سبيل الوصول إلى أهدافها يمكن أن تلجأ إلى تشويه الحقائق وتزييف الوعى والمعرفة، أما الدعوة فهى تتجه إلى العقل فى إعلانها عن المبادئ السامية والتعبير عن العقائد والأفكار وتستهدف الإيمان بها بتقديم الحقائق والاعتماد على التواصل المنطقى فى عرضها والإقناع بها.

من الممكن أن نصنف وظائف وسائل الاتصال الجماهيرية بطرق مختلفة، إلاأن من أكثر هذه التصنيفات شيوعا هو تصنيف الوظائف المجتمعية مقابل الوظائف الفردية (Societal functions & Individual versus وفيما يلى نعرض لبعض آراء الباحثين بشأن وظائف وسائل الإعلام للمجتمع: -

مفهوم (لازويل) للوظائف المجتمعية:-

يعد لازويل من أوائل العلماء الذين اهتموا بالوظائف المجتمعية للاتصال، وقد حدد لازويل ثلاث وظائف لوسائل الإعلام افترض وجودها فى جميع المجتمعات هى:

١- مراقبة البيئة: Surveillance of Environment

وذلك من خلال تجميع المعلومات وتوزيعها، سواء أكان داخل المجتمع أم خارجه، حتى يتمكن المجتمع من التكيف مع الظروف المتغيرة .وتستخدم مراقبة البيئة كتحذير مبكر للنظام لتوفير المعرفة اللازمة لاتخاذ القرارات، ويعتبر المراسل الخارجى التابع لوسيلة الإعلام مراقبا مهما لما يقوم به الدبلوماسيون

والخبراء بشأن البيئة الخارجية ,فى حين يعمل المندوب وقائد الرأى على مراقبة البيئة الداخلية.

٢- ترابط أجزاء المجتمع فى الاستجابة للبيئة:

Correlation of response of the society to the environment

إيجاد الترابط بين أجزاء المجتمع أو ردود أفعال المجتمع تجاه البيئة المحيطة، يؤدى إلى تطور الرأى العام ,فمن خلال الاتصال يتم تكوين الرأى العام ,وبدون الرأى العام لن تستطيع الحكومة أن تقوم بدورها، فلابد أن يوجد نوع من الترابط بين أجزاء المجتمع حول القضايا الأساسية ,وفى المجتمع الديموقراطى يتم توحيد الرأى العام من خلال تسليط الضوء على القضايا التى تهم المجتمع. ويرى (لازويل) أن خير من يقوم بهذه الوظيفة المحررون,والصحفيون ,والمتحدثون فى وسائل الإعلام.

٣- نقل التراث الاجتماعى عبر الأجيال:

Transmission of the Social Inheritance

كان الآباء والأمهات هم الذين ينقلون التراث الثقافى الاجتماعى عبر الأجيال, وأصبحت وسائل الإعلام تقوم بدور أكبر فى هذا المجال مثل:الصحف ومحطات الراديو والتليفزيون والسينما والكتب والعديد من وسائل الإعلام التى تقدم أطرًا مشتركة مرجعية للمجتمع، وتعمل وسائل الإعلام على تمرير القيم والتقاليد من الأجيال السابقة إلى الأجيال التالية. ويرى (لازويل) أن المجتمعات البدائية لم تكن فى حاجة لممارسة هذه الوظيفة من وسائل الإعلام ,بسبب العيش فى نطاق العائلات أو القرى المنعزلة، حيث يحدث التفاعل المباشر بين كل أفراد المجتمع, ولكن مع تطور المجتمعات وحدوث التمدين والوفرة بدأ يحدث نوع من الانعزال والتناثر، وأصبح دور وسائل الإعلام فى التنشئةالاجتماعية ونقل الميراث الاجتماعى وظيفة أساسية.

مفهوم (لازرسفيلد) و(ميرتون) للوظائف المجتمعية: حدد علماء الاتصال (لازرسفيلد) و (ميرتون) ثلاث وظائف لوسائل الإعلام فى المجتمع هى: -

١- التشاور (تبادل الآراء): Status conferral

فى أى مجتمع لابد من توافر وسائل للتشاور وتبادل الآراء والأفكار والقضايا، وتقوم وسائل الإعلام بهذه الوظيفة فى المجتمع الحديث لإضفاء الشرعية على أوضاع المجتمع.

٢- تدعيم المعايير الاجتماعية: ENFORCEMENT OF SOCIAL NORMS

تساعد وسائل الإعلام فى إعادة التأكيد على المعايير الاجتماعية من خلال معاقبة الخارجين عن هذه المعايير، فهناك غالبا فجوة بين الأخلاقيات العامة فى المجتمع والسلوك الخاص لبعض الأفراد، وهذه الانحرافات يمكن التسامح معها معظم الوقت مالم يتم فضحها؛ لأن نشرها يؤدى إلى التوتر والتوتر يؤدى إلى التغيير، وبالتالى لابد من الحفاظ على المعايير والقيم الاجتماعية.

٣ - التخدير (الخلل الوظيفى) NARCOTIZING DYSFUNCTIO أدرك (لازرسفيلد) و (ميرتون) أن وسائل الإعلام يمكن أن تسبب خللا وظيفيا، أى تحدث آثارًا غير مرغوب فيها للمجتمع، وأطلق على هذا النوع من الخلل الوظيفى (التخدير) ويحدث نتيجة زيادة مستوى المعلومات لدى الجمهور، حيث يتسبب طوفان المعلومات لأعداد كبيرة من الناس إلى جرعات من المعلومات التى تحول معرفة الناس إلى معرفة سلبية فوسائل الإعلام تغمر الناس بالمعلومات بدلا من أن توقظ الجمهور فهى بذلك تؤدى إلى تخدير الجمهور فى النهاية.

مفهوم (ولبورشرام) للوظائف المجتمعية :

قدم (ولبور شرام) ثلاث وظائف عامة يرى أنها ضرورية للاتصال الجماهيرى وخاصة فى مجال التنمية الشاملة وهى:

١- وظيفة المراقب: وذلك لا ستكشاف الآفاق وإعداد التقارير عن الأخطار والفرص التى تواجه المجتمع.

٢- الوظيفة السياسية: وتتم من خلال المعلومات التى تتيح اتخاذ القرارات المتعلقة بالسياسة والقرارات القيادية وإصدار التشريعات.

٣- وظيفة التنشئة: وهذا من خلال تعليم أفراد المجتمع الجدد المهارات والمعتقدات التى يقدرها المجتمع.

مفهوم (ماكويل) للوظائف المجتمعية:

ذهب (ماكويل) إلى أن الوظائف الأساسية لوسائل الإعلام فى المجتمع تنحصر فيما يلى:

١- الإعلام: ويعنى نشر المعلومات الخاصة بالوقائع والأحداث التى تقع داخل المجتمع وخارجه وتسهيل عملية التحديث والتقويم من خلال التعرف على المستحدثات فى التجارب الأخرى.

٢- تحقيق التماسك الاجتماعى: وذلك من خلال الشرح والتفسير والتعليق على الأفكار والأحداث والمعلومات ثم تدعيم الضبط الاجتماعى والمعايير الخاصة به وكذلك التنشئة الاجتماعية ودعم الإجماع حول القضايا والمواقف المختلفة.

٣- تحقيق التواصل الاجتماعى: ويتم ذلك من خلال التعبير عن الثقافة السائدة والكشف عن الثقافات الفرعية ودعم الثقافات الشائعة.

٤- الترفيه: ويتمثل فى تقديم التسلية وتهيئة الراحة والاسترخاء والقضاء على التوتر الاجتماعى.

٥ - التعبئة: وتتمثل فى المساهمة فى الحملات الاجتماعية وبصفة خاصة فى الأزمات السياسية والاقتصادية والحروب.

مفهوم (ليزلى مولر) للوظائف المجتمعية:

يرى (ليزلى مولر) وجود تسع وظائف لوسائل الإعلام فى المجتمع وهى:

١- وظيفة الإخبار والتزود بالمعلومات ومراقبة البيئة.

٢ـ الربط والتفسير بهدف تحسين نوعية المعلومات وتوجيه الناس لما يفكرون فيه وما يفعلونه.

٣ـ الترفيه وهدفه التحررالعاطفى من التوتر والضغوط والمشكلات.

٤ـ التنشئة الاجتماعية وهدفها المساعدة فى توحيد المجتمع من خلال توفير قاعدة مشتركة من المعايير والخبرات الجماعية.

٥ ـ التسويق: وهدفه ترويج السلع والخدمات.

٦ ـ قيادة التغير الاجتماعى فى المجتمع.

٧ ـ خلق المثل الاجتماعى وذلك بتقديم النموذج الإيجابى فى الشئون العامة والأدب والثقافة والفنون.

٨ ـ التعليم.

٩ ـ الرقابة على مصالح المجتمع وأهدافه.

ثانيا وظائف وسائل الإعلام للفرد:

نلاحظ أن معظم الأفراد يتعرضون لوسائل الإعلام من أجل المعلومات أو الترفيه أو الاثنين معا فوسائل الإعلام تلعب دورا أكثر تعقيدا بالنسبة لمعظم الناس وفى معظم الأوقات، ويمكننا تحديد وظائف وسائل الإعلام للفرد فى سبع **وظائف أساسية هى:**

١ ـ مراقبة البيئة أو التماس المعلومات

Surveillance or information seeking

٢ ـ تطوير مفهومنا عن الذات

Devleloping aconcepet self as professional tools

٣ ـ تيسير التفاعل الاجتماعى

facilitating social interaction

٤ ـ بديل للتفاعل الاجتماعى

interaction Substiuting for social

٥ ـ المساعدة فى التحرر العاطفى

Aiding emotional release

٦ ـ المساعدة فى الهروب من التوتر والاغتراب

Aidingescabe from temsiols and alienation

٧ ـ خلق طقوس يومية تمنحنا الإحساس بالنظام والأمن

Ritualizing Daily living to give us asen of order

عناصر عملية الاتصال:

نحددها على النحو التالى: -

١. المرسل أو القائم بالاتصال (sender&communicator:)

وهو الشخص الذى يبدأ الحوار بصياغة أفكاره من خلال رموز تعبر عن المعنى يوجهها إلى جمهور معين، وقد يكون مصدر الرسالة هو نفسه المرسل، ومن ثم لابد من اختيار الرموز المناسبة للتعبير عن فكرة تعبيرًا صحيحًا ودقيقًا وقد يكون المرسل أو القائم بالاتصال شخصًا عاديًا أو معنويًا (مؤسسة - شركة - وزارة - إلخ) وهو الشخص الذى يبادر بالاتصال إذ يقوم بتوجيه رسالته إلى شخص أو أشخاص عديدين.

٢ ـ الرسالة (message):

وهى مضمون السلوك الاتصالى، وتتضمن اللغة، ويطلق عليها كودالرسالة وتعنى مجموعة الرموز التى لابد أن يكون لها مغزى معين عند المتلقى، وفى العادة

تأخذ شكل العبارات والمعلومات التى تقدم وكذلك الاستنتاجات والأحكام التى تنقل إلى المتلقى كما أنها الموضوع أو المحتوى الذى يريد المرسل أن ينقله إلى المتلقى، أو هى الهدف الذى تهدف العملية الاتصالية إلى تحقيقه، وقد تكون هذه الرسالة صوتية مثل الكلام أو صورية مثل الكتابة أو حركية مثل الإشارات، أو أن تكون خليطا من أشكال هذه الرموز مجتمعة.

٣ ـ المتلقى أو المستقبل (audience & receive):

وهو أهم حلقة فى عملية الاتصال الجماهيرى، وهو لايستقبل الرسالة ويتأثر بها مباشرة، وإنما ينتقى منها استنادا إ لى سماته النفسية والاجتماعية ومستوى تعليمه واتجاهاته، كما أنه يمثل الجهة أو الشخص الذى توجه إليه الرسالة الاتصالية، ويقوم بحل رموزها بغية الوصول إلى تفسير محتوياتها وفهم معناها وينعكس ذلك فى نمط السلوك الذى يقوم به، ولايجب أن يقاس نجاح العملية الاتصالية بما يقدمه المرسل، ولكن بما يقوم به المستقبل سلوكيا، فالسلوك هو الدليل على نجاح الرسالة وتحقيق هدفها.

٤ ـ الوسيلة: (medium channel)

ويمكن أن نشبه الوسيلة بأنها القناة التى تمر من خلالها الرسالة بين المرسل والمستقبل، فهى باختصار عبارة عن قنوات للاتصال ونقل المعرفة، فوسائل الاتصال كثيرة ومتنوعة وضرورية، ولابد للرسالة الاتصالية أن تسلك إحداها وإلا توقفت العملية الاتصالية ويجب التأكد على أن وسائل الاتصال ضرورية ولايمكن للعملية الاتصالية أن تتم فى غيابها كما أنها تحتل ركنا أساسيا فيها، ووسائل الاتصال نجد منها:

- الوسائل الجماعية
- الوسائل الشخصية.

٥ ـ الهدف: (aims):

فعملية الاتصال يجريها القائم بالاتصال لهدف ما قد يكون للتأثير فى أفكار أو مشاعر أو اتجاهات الآخرين المتلقين للرسالة.

٦ - التشويش: (noise):

وهو أى عائق يحول دون القدرة على الإرسال أو الاستقبال، وفى العادة يحول بين وصول الرسالة من المصدر إلى المتلقى، وفى هذه الحالة يطلق عليه التشويش الميكانيكى، أما التشويش الدلالى فهو عدم قدرة المرسل على استخدام العبارات والكلمات الصحيحة.

٧ - الظروف التى تتم فيها عملية الاتصال:

إذ إنها لاتتم فى فراغ، فهى تتم فى بيئة اجتماعية وثقافية واقتصادية وبيئية وغيرها.

٨ - رجع الصدى: (feed back):

هو مدى فاعلية الرسالة وتأثيرها، وقد يكون إيجابيا ويشجع المرسل على الاستمرار فى تقديم الرسالة، وقد يكون سلبيا ويتطلب تعديلا فى شكل ومضمون المحتوى.

٩ - التأثير: (effect)

هو نتيجة الاتصال ويقع على المرسل والمتلقى على السواء، وقد يكون نفسيا واجتماعيا ويتحقق أثر وسائل الإعلام من خلال تقديم الأخبار والمعلومات والترفيه والإقناع وتحسين الصورة الذهنية.

وهذه العناصر السابقة هى التى تتوافر فى أية عملية اتصالية سواء أكانت بين الأفراد أم بين فرد وآخرين فى مجال من مجالات الاتصال التى يتفاعل خلالها الأفراد لتحقيق أهداف معينة.

أشكال عملية الاتصال:

يسهم الفرد فى حياته اليومية فى العديد من العمليات الاتصالية التى تتخذ أشكالا متنوعة تختلف باختلاف عدد الأفراد الذين يشاركون فى هذه العمليات

وخصائصهم أو باختلاف الأهداف والوظائف أو باختلاف الرموز المستخدمة فى الرسائل الاتصالية أو مجالات الاتصال ذاتها إلى آخره من المعايير الخاصة بتصنيف عمليات الاتصال، وهذه العمليات الاتصالية تأخذ أحد الأشكال أو الأنواع أو الأنماط التالية:

أولا: الاتصال الذاتى (communication intra personal):

والاتصال الذى يتم بين الفرد ونفسه فى محاولة لتنظيم إدراكه عن الأشخاص والأشياء والأحداث والمواقف التى يتعرض لها أو حول ما يتلقاه من معلومات أو أفكار أو آراء باعتبارها منبهات أو مثيرات تتطلب منه استجابة ما فى اتجاه معين.

وهذا الشكل من الاتصال هو الذى يسمح للفرد أن يتخذ قراراته بناء على المعلومات التى يستقبلها عن طريق حواسه (الأذن - العين أو كليهما معا) التى استقبلت الرموز من طرف آخر. بإرسال هذه الرموز باعتبارها رسائل مرة أخرى من خلال الجهازالعصبى الذى يعتبر وسيلة اتصال إلى المخ الذى يقوم بتقييم الرموز وإضفاء المعانى الذاتية عليها فيعطى أوامره إلى الجهاز الحركى أو حواسه مرة أخرى للقيام باستجابة معينة تتفق مع المعانى المطلوبة .

ثانيا الاتصال المواجهى (face to face communication)

وهو الذى يتم بين الأفراد مواجهه سواء أكان بين فردين أم بين فرد وآخرين، لذلك ينقسم هذا الشكل إلى الأشكال الفرعية الأتية: -

١ ـ الاتصال الشخصى (interpersonal communication)

وهو يتم بين فرد وآخر خلال أية عملية من العمليات التى تتم فى حياتنا اليومية داخل الأسرة أو بين الزملاء أو بين الأصدقاء، ويتم بين الأفراد مباشرة أو من خلال وسائل الاتصال السلكية أو اللاسلكية مثل الهاتف أو من خلال الخطابات على سبيل المثال.

٢ ـ الاتصال بالجماعات الصغيرة (micro group communication)

ويتم بين فرد وآخرين أو مجموعة من الأفراد مثل الفصل الدراسى - الندوات - الاجتماعات وما شابه ذلك حيث تتاح فرصة المشاركة للجميع فى الموقف الاتصالى.

أهم الخصائص المميزة للاتصال المواجهى: -

١ ـ تزداد ثقة الأفراد فيمن يعرفونهم ويقابلونهم وجها لوجه، وبالتالى يكون احتمال تأثير المرسل أو القائم بالاتصال أكبر.

٢ ـ ويترتب على ذلك إضافة تأثير المرسل أو القائم بالاتصال إلى تأثير الفكرة أو الرسالة ورموزها فيزيد الأثر العام للاتصال فى الاتجاه المؤيد لموضوع الاتصال.

٣ ـ يتميز الاتصال فى هذه الحالة بالتفاعل وتبادل الأدوار، ممايعكس خاصية الاتصال فى اتجاهين، وبالتالى يمكن الكشف عن رجع الصدى المتبادل والتعرف على الاستجابة بشكل فورى.

٤ ـ يتميز الموقف الاتصالى بالمرونة حيث يمكن تعديل الرموز أو الرسائل بما يتفق والاستجابات الفورية التى تحدث أو نتائج التفاعل الاتصالى وبما يؤدى إلى تحقيق الأهداف المنشودة.

٥ ـ عادة ما تكون السيطرة على الموقف الاتصالى فى يد المرسل أو المنظم فى هذه الأشكال من الاتصال، وبالتالى يرتبط استمرار الاتصال أو عدم استمراره بتقييمه للموقف الاتصالى وتقديره لمدى تحقيق الأهداف من جانب آخر.

ثالثا الاتصال الجمعى (group communication:)

وفى هذا النوع يعكس كبرحجم المشاركين فى الاتصال وبصفة خاصة جماعة المستقبلين قياسا إلى الاتصال بالجماعات الصغيرة بالإضافة إلى تفاعل أعضائه رغم الكثرة، حيث يسود التأثير العاطفى أو الانفعالى.

أهم الخصائص المميزة للاتصال الجمعى:

١ - يتميز التفاعل بين أعضاء هذا النوع من الاتصال بأنه عال ولكنه فى حدود التجمع القائم.

٢ - يتميز أيضا بوحدة الاهتمام والمصلحة أو الالتقاء حول الأهداف العامة.

٣ - أن أعضاء الجماعة يجمعهم تنظيم داخلى وإن كان غير رسمى بعكس الجماعات الصغيرة.

٤ - ارتفاع مستوى الوعى بين أفراد الجماعات.

٥ - لايشترط معرفة القائم بالاتصال بأفراد هذه الجماعات كما فى الاتصال الشخصى.

٦ - يتم هذا النوع من الاتصال فى أماكن التجمعات أو تلك التى تقام خصيصا لهذه الأغراض.

رابعا الاتصال الجماهيرى (mass media communication)

وعادة مايتم تعريف الاتصال الجماهيرى على أنه تلك العملية التى يقوم فيها القائم بالاتصال ببث رسائل مستمرة ومتعددة من خلال الوسائل الإلكترونية إلى عدد كبير ومنتشرمن المتلقين فى محاولة للتأثير عليهم بطرق متعددة.

كما عرفته (الموسوعة الدولية للعلوم الاجتماعية) على أنه العملية التى يتم بها الاتصال بالجماهير لتزويدها بالأنباء والمعلومات والآراء، وعادة يكون التأثير على أفكارنا ضمنيا، وأن رقابة الحكومة على الاتصال الجماهيرى تختلف بين بلد وآخر، فقد تتوافر فى بلد ما حرية الاتصال، بينما تخضع فى بلد آخر لرقابة شديدة. كذلك عرفه (جوردن مارشال) فى موسوعة علم الاجتماع على أنه يتشكل من منظمات كبيرة الحجم تستخدم واحدا أو أكثر من الوسائط التكنولوجية للاتصال بأعداد كبيرة من الناس. أما معجم المصطلحات الإعلامية

فقد اعتبر الاتصال عملية لنقل المعلومات والأفكار والمعانى إلى الجماهير وتقوم بذلك المؤسسات الإعلامية التى تستخدم مختلف الوسائل من صحف ومحطات راديو وتليفزيون وأفلام سينمائية وكتب ونشرات.

هذا وأهم ما يميز جمهور المتلقين فى هذا النوع من الاتصال هو ضخامة الحجم وانتشاره وعدم تجانس خصائص أعضائه بالإضافة إلى عدم معرفة القائم بالاتصال بهم.. أهم ما يميز الاتصال الجماهيرى:

أنه اتصال خطى فى اتجاه واحد فقط حيث ينعدم إحساس القائم بالاتصال برجع الصدى أو التغذية العكسية، ولهذا فإن رجع الصدى يعتبر عملية مؤجلة تحصل عليها مؤسسات الاتصال الجماهيرى من خلال الدراسات والبحوث البعدية، ولا يمكن أن تحصل عليها بشكل فورى من هذه الأعداد الكبيرة المنتشرة من المتلقين.

الشروط الأساسية لوجود الاتصال الجماهيرى:

تحتاج وسائل الاتصال الجماهيرى كى تنمو وتزدهر فى أى مجتمع من المجتمعات إلى وجود بعض الشروط الأساسية الواجب توافرها فيها، ومن ضمن هذه الشروط يمكننا الإشارة إلى ما يلى: -

١ ـ وجود قاعدة اقتصادية متينة توفر التمويل اللازم للحصول على تكنولوجيا الاتصال مثل (المطابع - محطات الإذاعة والتليفزيون) وكذلك توفير البنى الأساسية اللازمة مثل (شبكة الطرق -النقل -الكهرباء) مما يسهل عمليات التوزيع للوسائل المختلفة.

٢ ـ وجود قاعدة علمية وثقافية فى المجتمع بحيث يكون بإمكانها إنتاج المعلومات وتوزيعها واستهلاكها، ويدخل فى هذا المجال زيادة التعليم بين أفراد المجتمع، فالعلاقة بين المستوى العلمى والثقافى تتناسب طرديا مع تقدم وسائل الاتصال الجماهيرى ومع زيادة حجم استهلاك الجمهور لها.

٣ ـ قدر معقول من الكثافة السكانية فى المجتمع، ذلك أن الوسائل الجماهيرية ذات تكاليف باهظة، وتشغيل تلك الوسائل بفاعلية يحتاج إلى كثافة سكانية يمكنها أن تستهلك نتاج الوسائل الإعلامية.

٤ ـ توفر مناخ ملائم من حرية الرأى وحرية التعبير، حيث نجد أن وسائل الإعلام أكثر تقدما وأكثر تعبيرا عن مصالح الناس وآرائهم فى المجتمعات التى تتيح قدرًا من حرية التعبير وحرية الرأى.

٥ ـ توفير الإمكانات التكنولوجية المتاحة للاتصال، سواء أكانت متمثلة بالبرق أم الهاتف أم الأقمار الصناعية أم المطابع، فتوافرها يسهم فى دعم وتطوير الاتصال الجماهيرى.

معوقات الاتصال:

يمكن تقسيم معوقات الاتصال إلى ٤ أقسام رئيسية:

معوقات شخصية

قنوات الاتصال

اللغة و الألفاظ

الاتصال غير اللفظى

١ ـ المعوقات الشخصية

قد توجد لدى المستقبل عوائق تمنع الاستقبال الصحيح للرسالة، منها تصنيف وتقسيم أفراد المجتمع أو القولبة، Stereo typing فإنها تؤدى إلى سوء استقبال وتفسير الرسالة، كذلك فإن وجود خلفيات وأفكار متعددة لدى جماعة المستقبلين يؤدى إلى إدراكات متعددة وقد تكون متناقضة لدى المستقبلين.

مثال ذلك أن نجد سلوكا يتصف بالكرم من أحد مواطنى بلدة تتسم بالحرص، فقد يثير ذلك تخوفا مما يستهدفه الشخص، بدلا من الترحيب بسلوكه الحميد.

٢ ـ قنوات الاتصال:

قد يسبب سوء اختيار قناة الاتصال إعاقة وصول الرسالة. مثال ذلك فإن نقل رسالة تتعلق بالاتجاهات والآراء والمشاعر يفضل أن تكون شفهية ووجها لوجه، مثل إعلان التقدير أو عدم الرضاء وغيرها.

وعلى العكس فان التعليمات و الإرشادات الروتينية يفضل أن تكون مكتوبة، أو مكتوبة وشفهية معا إذا كانت هناك ضرورة للتوضيح أو تلقى تغذية مرتدة فورية.

٣ ـ اللغة والألفاظ:

يسبب سوء تفسير الكلمات مشكلات متعددة عند نقل الرسالة، نتيجة لاختلاف الخلفيات العلمية و الثقافية و الخبرات المتراكم لدى المتلقين، ولذلك على المرسل أن يتأكد عن طريق التغذية المرتدة من أن الرسالة قد وصلت بالمعنى المطلوب.

وقد وجد أن بعض الكلمات الشائعة لها أكثر من ٢٨ تفسيرا، مثال لذلك عندما أعلن أحد المديرين ضرورة العمل بأقصى كفاءة إنتاجية، فقد فسرها البعض بضرورة زيادة الإنتاج مهما كانت التكاليف، وفسرها آخرون بضرورة ضغط نفقات الإنتاج، فى حين فسرها آخرون بضرورة زيادة عدد العاملين لزيادة الإنتاج.

٤ ـ الاتصال غير اللفظى

يسبب عدم توافق الإشارات غير اللفظية مع الرسالة اللفظية عائقا لوصول الرسالة، و تؤدى إلى الإرباك والتشويش و عدم التأكد لدى المستقبل.

مثال لذلك أن يستدعى أحد المديرين موظفا مجتهدا ويبلغه بقرار نقله، بينما يكون ذهن المدير منهمكا فى مشكلة أخرى، فيستقبل الموظف الخبر على أنه عقوبة ما.

ولهذا يجب على المرسل الانتباه ليس فقط إلى الرسالة اللفظية بل أيضا إلى الرسالة غير اللفظية المصاحبة.

أقسام الاتصال

١ ـ شفوى أو مكتوب.

٢ ـ لفظى أو غير لفظى.

٣ ـ أفقى أو رأسى.

رسمى أم غير رسمى

لماذا نهتم بالاتصال غير اللفظى؟

١ ـ لأن عدم تطابق الرسالة اللفظية مع غير اللفظية يشكل أحد معوقات الاتصال.

٢ ـ يمكن للتعبيرات غير اللفظية أن تكون وسيلة لتوضيح أو تأكيد الرسالة اللفظية.

٣ ـ التعبيرات غير اللفظية أكثر ثباتا بالذاكرة؛ لأنها ترى بالعين أو الحواس الأخرى.

٤ ـ التعبيرات غير اللفظية أكثر قدرة على توصيل الاتجاهات والمشاعر.

أقسام الاتصال غير اللفظى

يمكن تقسيم الاتصال غير اللفظى إلى ٤ أقسام رئيسية:

١ ـ اتصال مادى. ويشمل تعبيرات الوجه، مستوى الصوت، تعبيرات و حركات الجسم.

٢ ـ الإشارات. مثل الأعلام، إطلاق المدفعية ٢١ طلقة، البوق أو السارينة.

٣ ـ الرموز. مثل استخدام رموز تدل على المكانة الاجتماعية أو الدينية أو العلمية.

٤ ـ استخدام الجماليات. مثل استعمال الموسيقى أو اللوحات الفنية.

مظاهر الاتصال غير اللفظى:

اتصال ساكن "استاتيكى"

اتصال حركى "ديناميكى"

الاتصال غير اللفظى الساكن:

١ - الاتصال المادى. يعبر عن حرارة المشاعر، مثل السلام باليد واتصال العين والتربيت وغيرها.

٢ - الوقفة. تعبر عن مدى الرسمية أو الودية، مثل الاعتدال، الارتخاء، طى اليدين أو الرجلين.

٣ - المسافة. قرب أو بعد المسافة من الشخص الآخر تعتبر رسالة ودية فى الثقافة الشرقية، إلا أنها قد تعنى معانى عكسية فى ثقافات أخرى.

٤ - الاتجاه. يتم الاتصال بين الأفراد وجها لوجه، أو جنبا لجنب، أو حتى بالظهر. يفضل المتعاونون الجلوس متجانبين، بينما يفضل المتنافسون التواجه.

الاتصال غير اللفظى الحركى:

١ - تعبيرات الوجه. الابتسام والعبوس، رفع الحاجبين، التقطيب، التثاؤب. ويلاحظ أن دلالاتها واحدة فى معظم الثقافات.

٢ - الإيماء باليد. هى الأكثر استعمالا و الأقل فهما، حيث إن معانيها شديدة المحلية.

٣ - طريقة النظر. اتصال العينين يعتبر من الطرق القوية فى التأثير، فهى تنقل المشاعر بسهولة، كما يمكنها التعبير عن الاهتمام أو الملل.

تحليل بعض الحركات الشائعة:

الحركة الأفقية "للأمام والخلف"

الشخص الذى يميل لتحريك يديه للأمام و الخلف أثناء المناقشة، يميل لأن يكون مبادرا ومقداما، يتوقع منه الناس القدرة على إحداث تغييرات جذرية فى الموقع الذى يعمل فيه.

الحركة الرأسية "لأعلى و أسفل"

الشخص الذى يميل لتحريك يديه لأعلى و أسفل أثناء السلام باليد، يميل لأن يكون شخصا معبرا، يتوقع منه الناس القدرة على ترويج الأفكار، وتسويق الخطط والبرامج الجديدة.

الحركة الجانبية

الشخص الذى يميل لتحريك يديه جانبيا، يميل لأن يكون مستمعا جيدا وناقلا جيدا للمعلومات، يتوقع منه الناس القدرة على التوجيه و نقل الأفكار عن الآخرين.

حركة العينين

التحديق مباشرة فى وجه محدثك يكون دلالة على الصراحة و الوضوح، ويعطى إحساسا بالثقة. بينما تكرار النظر لأسفل يعطى إحساسا بالتواضع.

دوران العين فى اتجاه علوى يعطى إحساسا بالتعب أو البحث عن معلومة غائبة.

الاقتراب أو الابتعاد "عن محدثك"

لكل شخص مساحة يعتبرها حرما خاصا به غير مسموح للجميع اختراقه، وكلما ازدادت مكانة الشخص ازدادت مساحة هذا الحرم، وقلت قدرة الآخرين على اختراقه، وزادت قدرته على اختراق حرم الآخرين.

و قد يعنى الاقتراب الزائد من محدثك الحميمية، كما قد يعنى التقليل من مكانته، ويكون الفيصل فى ذلك للتعبيرات الأخرى المصاحبة.

أسلوب التحدث

يعتبر أسلوب التحدث مكملا لمحتوى الحديث، من لهجة، نغمة، ومعدل الكلمات. ويمكن لأسلوب الحديث أن يكون معبرا عن الرسالة أو مفسرا أو مؤكدا لها.

و لهذا يجب على المتحدث أن يهتم بالصوت، ليس كناقل للرسالة، ولكن كجزء أساسى مكمل لها.

الصمت

الصمت من أساليب الاتصال التى يمكن استغلالها بأكثر من طريقة، بل يمكن استخدامه للتعبير عن معان متناقضة، حسب طبيعة كل موقف.

و على سبيل المثال فإن فترة صمت قد تستغل كفاصل بين أجزاء الرسالة، أو لخلق جو من التوتر. كذلك يمكن استغلالها للتعبير عن الإعجاب، أو عدم الإعجاب، أو التقدير أو الاحتقار، وذلك أيضا حسب التعبيرات المصاحبة.

حاول تجنب الحركات الآتية:

الحركات الآتية تؤدى إلى توتر المستمعين وتظهر توتر القائم بالعرض:

اللعب بالسلسلة أو المفاتيح أو العملة النقدية.

العبوس أو التقطيب.

لعق الشفاه.

تسيق الشعر أو الملابس.

وضع اليد فى الجيب.

الفصل الثانى

- أهم نماذج وتقنيات الاتصال :
- تعريف النموذج :
- وظائف النماذج:
- أنواع النماذج:
- معايير تقييم النماذج:
- صعوبات صنعَ نماذج الاتصال :
- أهم الاعتبارات التى يجب مراعاتها عند تعاملنا مع نماذج الاتصال:
- طرق التعبير عن نماذج الاتصال:
- نماذج الاتصال الجماهيرى:
- نقد النماذج السابقة
- التطور التاريخى لنظريات الإعلام:
- مفهوم النظرية:
- أنواع النظريات الإعلامية:
- دراسة تقويمية لنظريات الإعلام:

نماذج تقنيات الاتصال

لقد ظهر العديد من الدراسات كان الهدف منها هو توضيح عملية الاتصال وتحليلها ووصف أبعادها وتشخيص مجالاتها، وهذا فى شكل نماذج لتنظيم المعلومات وعقد المقارنات.

تعريف النموذج : (models)

النموذج هو محاولة لتقييم العلاقات الكامنة بين المتغيرات التى تصنع نظاما معينا فى شكل رمز.

تعريف آخر للنموذج:

هو عبارة عن بناء شكلى أو صورى أو رياضى للعلاقة بين العناصر والمتغيرات التى نقوم بدراستها، وذلك للإسهام فى تبسيط المعرفة وتنظيمها وشرح الظواهر العلمية ومساعدة الباحثين على التفسير والتوقع.

والمعيار الأساسى للحكم على النموذج هو مدى فائدته ومنفعته

كما عرف ديوتش Deutsch النموذج أنه:" عبارة عن بناء من الرموز والقوانين العاملة التى يفترض أن تماثل مجموعة من النقاط ذات الصلة ببناء قائم أو بعملية ما.

رأى الباحثان بل وهارد جريف Bill &Hardgrave أن النموذج هو تمثيل نظرى مبسط للعالم الحقيقى، وهو ليس بحد ذاته أداة تفسيرية، ولكنه يلعب دورًا مهمًا وموجها مباشرا لصياغة النظرية. فطبيعة النموذج تقترح لنا وجود علاقات، ولذا فإن الانتقال من النموذج إلى النظرية يتم سريعا حيث يظنه المرء فى الواقع بأنه

نظرية. والنموذج باعتبار، تمثيلا نظريا مبسطا للعالم الحقيقى هو بناء متماثل مع الواقع أو مع الواقع المتوقع.

وكما يرى د. فوزى العكش "إن تطوير واستكشاف النماذج يعتبر إحدى الطرق الرئيسية التى تقوم من خلالها العلوم الاجتماعية بملاحظة التصرفات الإنسانية. وهى بالتالى تعتبر أداة من أدوات التحليل للواقع الذى تمثله. سواء أكان سياسيا أم اقتصاديا أم إداريا.. إلخ. والنموذج لا غنى عنه لفهم العمليات المعقدة، فهو شكل من أشكال الاختيار والتجريد التى تستخدم بأكثر مما نتوقع، ولأننا نختار النقاط التى نضمنها فى النموذج فإنه يتضمن أحكاما ذات صلة، وهذا بدوره يتضمن نظرية حول الشىء الذى ننمذجه ويحمل التجريد معه -طبعا -خطر التبسيط، ويمدنا النموذج كذلك بإطار يشمل داخله ما يمكن أن نعتبره مشكلة، حتى لو كان فى رؤاه الأولى لا يقود إلى تنبؤ ناجح، وكذلك يبين النموذج لنا فجوات فى معرفتنا غير الظاهرة، ويقترح لنا حقولا للبحث نحن بحاجة إليها، وعادة ما يؤدى فشل النموذج عند اختياره إلى الوصول إلى نموذج محسن.، ولهذا نجد باحثين كبيرين مثل شرام وبورتر Schramm & Porter يريان: أن النموذج طريقة نافعة للتفكير حول عملية ما أو بناء ما، إذ إنه وصف واضح جدا يتيح لنا النظر على الأجزاء الرئيسية بدون أن يغطيها غموض التفصيلات. والمطلوب من النماذج سواء أكانت رياضية أم رسوما أن تزودنا برؤيا داخلية للعلاقات التى تحدد لنا لماذا تعمل الأشياء كما هى أو كيف هى موجودة معا؟

وظائف النماذج:

ورأى ديوتش أن نماذج الاتصال تقوم بأربع وظائف هى: الوظيفة التنظيمية، والموجهة والتنبؤية والقياسية وقد ذكرت د. جيهان رشتى أن وظائف النماذج تتمثل بأربعة أنواع أساسية: وهى تنظيم المعلومات، وتشجيع القيام بأبحاث (الوظيفة الموجهة)، والمساعدة على التنبؤ والسيطرة على الظواهر أو التحكم بها، وهى بهذا تستبدل الوظيفة الرابعة "وظيفة القياس" بوظيفة التحكم.:

الوظيفة التنظيمية: -

وتتمثل فى مقدرة النموذج على تنظيم البيانات وربطها، وإظهار التشابه والصلات بين البيانات التى لم يسبق إدراكها.

الوظيفة التنبؤية: -

وإذا قام نموذج جديد بشرح لما لم يكن مفهوما من البيانات من قبل، فإنه يتضمن دائما تنبؤات. وإذا كان النموذج ذا طبيعة عملية فإنه يتضمن تنبؤات يمكن التحقق منها باختبارات مادية.

الوظيفة الموجهة: -

وإذا لم يتم التحقق من التنبؤات لنقص فى تكنيكات القياس، يمكن أن تصبح التنبؤات أدوات موجهة، والتى يمكن أن تقود إلى طرق وحقائق جديدة غير معروفة من قبل.

وظيفة القياس: -

تسمح النماذج بمدى من التنبؤات تتراوح ما بين النوع البسيط نموذج (نعم) أو (لا)، إلى نماذج تتعامل بالكامل مع تنبؤات كمية حول (متى وكم)، وإذا أتاح لنا النموذج تنبؤات كمية بالكامل، مع درجة من الدقة حول متى أو كم، فإنه يصبح ذا صلة بقياس الظاهرة التى تهتم بها. وإذا كانت العمليات -التى تربط النموذج بالشىء الذى يحتذيه - واضحة ومفهومة، فإن الحصول على البيانات بمساعدة النموذج تكون قياسا سواء أكان ذلك ترتيبيها فقط أم كان من مقاييس النسب؟

وظيفة التحكم:-

عن طريق تطوير المعرفة، سيعمل الإنسان للسيطرة على الظواهر، ولذا فإن الأهداف الثلاثة الأولى تخدم هذا الهدف؛ لأنه يعنى معالجة الظروف التى تحدد حدوث الظاهرة وتزداد القدرة على التحكم بالمقدرة على التنبؤ. والتحكم بالظواهر اختبار لمدى صحة التنبؤات والقدرة على فهم الظاهرة، والعلاقة بين التحكم والفهم علاقة وثيقة. وبين التحكم والتنبؤ علاقة حتمية، إذ كى يتحقق التنبؤ لابد من التحكم بالظاهرة موضع التنبؤ.

وظيفة تطوير البحوث العلمية:

تعتبر المعلومات المتوافرة عن علم الاتصال قليلة مما يدفع الى محاولة دائمة لزيادة المعرفة بهذا العلم، وتبرز النماذج فى هذا الصدد؛ لأنها تجعل النظريات الخاصة بالاتصال أبسط وأسهل فى فهمها وتعاون الباحث فى تحديد الأمور التى يرغب فى دراستها مما يسهم فى تطوير البحوث العلمية للاتصال.

أنواع النماذج:

النماذج البنائية (structural) وهى التى تظهر مكونات الشىء أو الحدث كما أنها تصف خصائص النظام أو الظاهرة وعناصرها.

١ ـ النماذج الوظيفية (functional)

وهى التى تصف النظم أو الظاهرات مع التركيز على اتجاهاتها والعلاقات بين عناصرها والتأثيرات المتبادلة بينها وكذلك القوى أو النظم أو الظاهرات التى تؤثر على حركتها .فهى تحاول أن تبين لنا كيف تعمل الظاهرة.

٢ ـ النماذج الخطية (line)

وهو النموذج الأول فى إيضاح عناصر الاتصال، والعلاقة بين هذه العناصر وبعضها وهو الذى يعتمد عليه كثير من الباحثين فى شرح عناصر الاتصال فى إطارالمفهوم اللغوى لكلمة اتصال أو فى محاولة لتبسيط عرض هذه العناصر.

٣ ـ النماذج الدائرية (circular) وهى التى تركز على التفاعل بين عناصر الاتصال أو تبادل الأدوار بين عناصر الاتصال، وتهتم بعناصر أخرى مضافة إلى رجع الصدى مثل الإدراك والتفسير وتبنى الأراء أو وجهات النظر من خلال العملية الاتصاليةالمستمرة والمتطورة.

معايير تقييم النماذج:

يطرح سيفرين المعايير التالية لتقييم النموذج وتحديد صلاحيته لتحقيق أهدافه ووظائفه وهى كالآتى: –

١ - مدى إمكانية تعميم النموذج وذلك من خلال كفاية بياناته التى تحقق الهدف من صياغته.

٢ - مدى فائدة النموذج وإمكانية المساعدة على التفسير والتوجيه واكتشاف علاقات أو حقائق أو طرق جديدة.

٣ - مدى أهمية النموذج فى ميدان البحث وقدرته فى المساعدة على التنبؤ واتفاقه مع مرحلة التطوير فى هذا المجال.

٤ - مدى دقة المقاييس التى يمكن تطويرها من خلال النموذج.

٥ - مدى أهمية النموذج فى تقديم رؤى جديدة وكذلك بساطته وقدرته على اختصار المعانى.

قبل أن نعرض لبعض نماذج الاتصال فإنه يجدر بنا أن نتعرف على الأسس التى بناء عليها تقوم بتقييم النموذج، وترتبط هذه الأسس ببعضها البعض لتحقيق الوظائف السالفة الذكر، بالإضافة إلى مجموعة أخرى من المعايير اقترحها ديوتش Deutsch تتمثل فيما يلى:

إلى أى مدى هذا النموذج هو نموذج عام؟ أو إلى أى درجة تكون مواده منظمة؟ وما مدى فاعليته؟

كم هو مثمر وموجه؟ وكم مفيد اكتشافه للعلاقات والحقائق والمناهج الجديدة؟

كم هى أهميته لحقل الاستقصاء؟ وهل يمكن الخروج بتنبؤات منه؟ وما الأهمية الاستراتيجية للتنبؤات فى مرحلة نمو حقل الدراسة؟

ما دقة المقاييس التى يمكن تطورها مع النموذج؟

ما مدى أصالة النموذج؟ وكم يعطينا من إضاءات جديدة؟

ما مدى بساطة النموذج واقتصاده فى الوسائل التى يستخدمها؟

ما مدى واقعية النموذج؟

وما مدى الاعتماد عليه كنموذج ممثل للواقع المادى ؟

صعوبات صنع نماذج الاتصال :

تواجه عمليات صنع نماذج الاتصال عدة صعوبات تتمثل فى: -

١ ـ اللجوء إلى تجميد عملية الاتصال للتمكن من وصف عناصرها .

٢ ـ نسيان العناصر أثناء تجميدنا للعملية أو فصل العناصر التى لاتقبل الفصل.

٣ ـ الاضطرار إلى استخدام اللغة فى الوصف وهى نفسها -اللغة -عملية تتغير من وقت لآخر.

أهم الاعتبارات التى يجب مراعاتها عند تعاملنا مع نماذج الاتصال:

١ ـ إن كل نموذج يمثل فكرة مستقلة (نظرية - أو مبدأ) تتأثر بالدرجة الأولى باتجاه البحث أو الدراسة، ولا يشترط فى النموذج أن يكون جامعا مانعا لشرح عملية الاتصال بكل أبعادها وعلاقاتها.

٢ ـ إذا كان هناك اتفاق فى معظم النماذج على تحديد العناصر وعلاقتها ببعضها واتجاه حركة هذه العلاقات إلا أنه فى مجال دراسة اتجاهات التأثير يفضل عدم الاكتفاء بنموذج واحد بل من الأفضل دراسة النماذج فى إطار متكامل.

٣ ـ إذا كانت نماذج الاتصال من منظور علم النفس أو علوم اللغة تهتم بالدرجة الأولى بالاتصال المواجهى أو اتصال الجماعات الصغيرة وكذللك النماذج التى يقدمها علماء الاتصال بالجماهير تهتم بوسائل الإعلام وجماهير المتلقين بالدرجة الأولى فليس هناك مانع من استخدام النماذج الأولى كقاعدة أولية لبناء نماذج الاتصال فى عملية الاتصال بالجماهير والإعلام.

طرق التعبير عن نماذج الاتصال:

ويتم التعبير عن نماذج الاتصال بأربع طرق:

النموذج اللفظى والنموذج التصويرى والنموذج الرياضى والنموذج التفسيرى وسنستعرض هنا نوعين من النماذج:

النموذج اللفظى، هو النموذج الذى يبرز لنا النظرية من خلال الكلمات.

النموذج التصويرى (الرسوم)، وهو الذى يتم تمثيله من خلال الرسم ليشرح ما يحاول النموذج اللفظى تقديمه بالكلمات.

أولا: النماذج اللفظية:

نموذج هارولد لازويل Harold Lasswel:

من أشهر النماذج وأقدمها نموذج لازويل 1948 للاتصال الجماهيرى والذى يتمثل بما يلى:

من هو؟	Who
ماذا يقول؟	Says what
بأية قناة؟	In Which Channel
لمن؟	To Whom
وبأى تأثير؟	And with What Effect

وهذا النموذج يلخص العملية الاتصالية التى تتمثل بالمتصل -المرسل (من هو)، والرسالة (ماذا يقول)، والوسيلة (بأية قناة)، والمستقبل -المتلقى (لمن)، (وبأى تأثير).

ويمتاز هذا النموذج بتقديمه لأسس عملية الاتصال باختصار شديد، وإن هذا النموذج يفترض فيه أن يقوم المتصل بالتأثير، وأن كل الرسائل ذات تأثير. ويأخذ البعض على النموذج أنه أهمل الرجع فى العملية الاتصالية.

٢ ـ نموذج برادوك:

يضيف برادوك إلى نموذج هارولد لازويل عنصرين إلى العمل الاتصالى وهما "تحت أى ظرف يتم إرسال الرسالة "و" ما هدف المتصل من قوله شيئا -إرسال

الرسالة"، ولا شك أن الإضافتين مهمتان لفهم العملية الاتصالية ولكنه يهمل الرجع فى الاتصال ؛ ويتمثل النموذج بالأسئلة التالية:

من؟ ماذا يقول؟ بأية وسيلة؟ لمن؟ تحت أى ظروف؟ ولأى هدف؟ وبأى تأثير؟

٣ ـ نموذج جيرنبر Gerbner (1956:)

وقد قدمه حسب التتابع اللفظى التالى:

شخص ما	Some One
يرى حدثا	Porceive An Even t
ويستجيب	And Reacts
فى موقف ما	In A Situation
ببعض الوسائل	Through Some Means
لتوفير مادة متاحة	To make Available Materials
بشكل ما	In Some form
وفى سياق	And Context
ينقل مضمونا	Conveying Content
له بعض النتائج	Of Some Consequences

وهكذا يمكننا كتابة النموذج بالعبارة التالية: " شخص ما، يرى حدثا، ويستجيب (له)، فى موقف ما، ببعض الوسائل، لتوفير المادة المتاحة بشكل ما، وفى سياق ما، لتنقل مضمونا له بعض النتائج".

وهنا نلاحظ أن هذا النموذج قدم تفصيلات أكثر للعملية الاتصالية، وأضاف إضافات مهمة مثل السياق الذى تتم فيه العملية الاتصالية والرجع، ولكنه أهمل كذلك عنصر التشويش كعنصر مستقل فى العملية الاتصالية وإن كان يمكن اعتباره ضمن السياق.

٤ ـ نموذج بيرلو (.196) Berlo

ومن النماذج اللفظية نموذج بيرلو للاتصال والذى كان نموذجا مختصرا جدا للعملية الاتصالية والذى يعرف باسم نموذج SMCR وهى الأحرف الأولى لعناصر نموذجه والتى تتمثل بما يلى:

المصدر Source: وقد يكون المصدر هو الصحافة، مؤسسات البحث/ الحكومات / المؤسسات الاجتماعية / التليفزيون / الإذاعة / النشر... إلخ

الرسالة Message : وقد تكون كلمات، رموزا رياضية أو صورا.

القناة Channel : الوسائل المطبوعة، أو الإلكترونية.

المتلقى Recever : الجمهور العام/ الجمهور الخاص.

وقد لاحظ باركر وكيبلر Barker&Kibler أن نموذج بيرلو هو نموذج غير ناجح، لأنه يضع أربعة متغيرات رئيسية بدون أن يظهر كيف يعمل النموذج، إذ إنه يقترح فقط علاقات محددة بين المتغيرات دون أن يوضح تفاعلاتها.

٥ ـ نموذج شارلز رايت (1960) Charles Wright:

توسع رايت فى نموذج لازويل مبتدئا بالعناصر الأساسية الرئيسية وهى:

التأثيرات والرسائل والمتلقى، وقد قدم نموذجه المشتمل على اثنى عشر عنصرا، آخذا فى الاعتبار وظائفها / أو وظائفها المعيقة للاتصال الجماهيرى.

ويتمثل نموذجه بالترتيب التالى:

ما التأثيرات

المرامى المعلنة (المقصودة)؟

المرامى الكامنة (غير المقصودة)؟

الوظائف؟

الوظائف المعيقة؟

للاتصال الجماهيرى الذى يقوم بـ:

الرسائل

الرقابة (الأخبار).

الترابط (نشاط المحرر).

نقل الثقافة.

الترفيه.

وذلك لـ: المتلقى

المجتمع.

الجماعات الفرعية.

الأفراد.

الأنظمة الثقافية.

ولا يغيب عن بالنا أن هذا النموذج فى تركيزه على التأثيرات والرسائل والمتلقى، قدم بعض التفصيلات عن التأثيرات والوظائف لوسائل الإعلام، ولأنواع المتلقين. ولكنه عمليا يدمج المتصل والرسالة والوسيلة فى عنصر "الاتصال" وهو كذلك لا يوضح لنا دور رجع الصدى فى العملية الاتصالية، ولا يلقى بالا لأهمية السياق فى العملية الاتصالية.

ثانيا: النماذج التصويرية

١ - نماذج شرام Schramm(1954):

قدم شرام ثلاثة نماذج بالرسم فى مقالته الموسومة (كيف يعمل الاتصال) وتتلخص العناصر الرئيسية للنماذج الثلاثة بما يلى:

١ - المصدر Sourceأو المرمز Encoder

٢ - المستقبل aecieverأو محلل الرمز Decoder

٣ ـ الإشارة Signal

٤ ـ الهدف Destination

٥ ـ مجال الخبرة Field Of Experience أو الإطار المرجعى.

وقد طورت النماذج فيما بعد فى الطبعة المعدلة عام ١٩٧١ ونشرها فى مقالته الموسومة "طبيعة الاتصال بين البشر" ليضيف إليها عنصرى التشويش noise والرجع (التغذية المرتدة) Feed back.

ومن أبسط النماذج التى قدمها شرام النموذج الذى يوضح العلاقة بين المرسل والمستقبل حيث إن (م): المرسل، (ر): الرسالة، (مس): المستقبل، وهذا النموذج يشتمل على شكلين:

الأول: – وهو يتمثل بسهمين متقابلين أفقيا.

ولتوضيح العلاقة الاتصالية فإن شرام يقدم لنا نموذجا آخر يوضح التفاعل الذى يتم بين المرسل والمستقبل من خلال الخبرات المشتركة بينهما والتى تتمثل فى المدى الذى تلقى فيه الدائرتان.

وفى نموذج ثالث يوضح لنا شرام كيف يختار الإنسان الرسالة المناسبة بناء على إطاره المرجعى.

وآخر نماذجه للاتصال الشخصى التى يعرضها نموذجه الذى يوضح لنا الرجع والتشويش فى عملية الاتصال حيث يظهر فى النموذج أن التشويش يتم فى العملية الاتصالية لدى انتقال الرسالة إلى المستقبل، وأن الرجع يعود إلى المرسل عن طريقين:

الطريق الأول: الرجع المرتبط بالرسالة ذاتها مثل مدى انتباه المتلقى لها أو انشغاله عنها....

والطريق الثانى: المرتبط بالمتلقى ذات ه الذى يقوم بالرجع.

٢ ـ نموذج شارلز أو سجود Charles Osgood

يقوم أوسجود بتصوير العملية الاتصالية على اعتبار أنها عملية تفاعلية متكاملة، وفيها يقوم المرسل / المتصل بثلاثة أدوار: إذ يقوم بدور مرمز، ومفسر، ومحلل للرمز. وكذلك يقوم المتلقى /المستقبل بالدور نفسه.

والمرمز: يعنى أن المتصل يقوم بوضع رسالته فى رموز معينة والتى قد تكون رموزا لفظية (كلاما) أو صوتية (كالهمهمة أو النحنحة أو الموسيقى.. إلخ) أو رموزا حركية (الاتصال غير اللفظى بالإشارات /الحركات) ويقوم كذلك بدور محلل الرموز ليقوم بعد ذلك بدور المفسر لهذه الرموز، ويرسل المتصل رسالته إلى المتلقى /المستقبل، والذى يقوم أولا بتحليل رموز الرسالة ثم يفسرها، ثم يعود مرة أخرى ليلعب دورا جديدا يصبح مرمزا، فيرسل رسالته إلى المرسل /المتصل الأصلى، والذى يلعب دورا جديدا وهو دور المتلقى.

ونلاحظ أن العملية الاتصالية عند أوسجود عملية تفاعلية تامة ويمثلها أوسجود.

٣ - يعتبر نموذج شانون - ويفر من أقدم النماذج المرسومة التى وضحت عملية الاتصال، وإن كان النموذج فى أساسه يسعى إلى تبيان الجوانب الهندسية فى العملية الاتصالية.

فهذا النموذج يتحدث عن (مصدر المعلومات) وهو المرسل /المتصل الذى يرسل (الرسالة)، التى تنتقل عبر (ناقل الرسالة) وهو الوسيلة الاتصالية، والذى يبث الرسالة عبارة عن (إشارة) وهذه الإشارات فى حالة الإذاعة تكون عبارة عن موجات صوتية.. والتى يعترضها (مصدر التشويش)، وبعدها يتم تلقى هذه (الإشارة)، عبر (مستقبل)، والمستقبل هنا هو جهاز الاستقبال، كالمذياع أو جهاز التليفزيون مثلا. ومن هذا المستقبل تخرج الإشارات لتعود ثانية (رسالة) لتصل إلى (الهدف -المقصد) وهو المتلقى أو الجمهور.

٤ - نموذج جيربنر Gerbner

قدم جيربنر نموذجه الاتصالى بالرسم متوافقا مع نموذج شانون -ويفر السابق.

٥ ـ نموذج ويفر– نس Weaver – Ness- Model

يقدم نموذج ويفر –نس رؤية لعملية الاتصال اللفظى باعتبارها عملية تفاعلية دائرية بين اثنين، المتصل والمتصل به.

٦ ـ نموذج دانس اللولبى لعملية الاتصال:

يرى دانس Dance أن عملية الاتصال مثل كل العمليات الاجتماعية، تشتمل على عناصر وعلاقات وظروف متغيرة باستمرار. ويصف النموذج اللولبى كيف تتغير الأوجه المختلفة للعملية على امتداد الزمن. ففى المحادثة على سبيل المثال، يتسع حقل المعرفة باستمرار بالنسبة للأفراد المشاركين فى المحادثة. ويحصل المشاركون باستمرار عن معلومات أكثر فأكثر حول الموضوع وحول وجهات النظر والمعرفة.. إلخ ويأخذ اللولب أشكالا مختلفة فى مواقف مختلفة ولأفراد مختلفين، وبالنسبة للبعض فإن اللولب يتجه لأن يتسع كثيرا جدا، نظرا لمعرفتهم المسبقة للموضوع، بينما يتسع بشكل معتدل للآخرين الذين تكون معرفتهم الأساسية قليلة. وقد يستخدم هذا النموذج لتوضيح مدى فجوة المعلومات، وكذلك للحد من فرضية أن المعرفة تميل إلى خلق المزيد من المعرفة، مثل أن يكون الشخص محاضرا فى سلسلة من المحاضرات فى الموضوع نفسه مما يفترض أن جمهوره يصبح أكثر معرفة، مما يمكنه فى كل محاضرة جديدة من أن يأخذ هذا فى الاعتبار لإعداد محاضرته وتقديمها بناء على ذلك.. ويرى ماكويل Mequail وينداهل Windahl بأن هذا النموذج ليس أداة للتحليل التفصيلى، وتكمن أهميته بأنه يذكرنا بالطبيعة الديناميكية للاتصال، وإلا فإننا ننساه بسهولة، ولن نذهب بعيدا للقول بأن مفهوم الإنسان الاتصالى فى هذا النموذج، هو أكثر إيجابية من غيره من النماذج. ويأخذ الإنسان انطباعا من هذا النموذج بأن الإنسان عندما يتصل إنما هو شخص فاعل مبتكر، وقابل لتخزين المعلومات، بينما تقدم النماذج الأخرى الإنسان على أنه مخلوق سلبى.

نماذج الاتصال الجماهيرى:

١ ـ نموذج شرام للاتصال الجماهيرى

يرى شرام أن عملية الاتصال الجماهيرى تشتمل على رجع صدى استنتاجى مثل: توقف المتلقين عن شراء المطبوعة، أو عدم استماعهم إلى البرنامج، أو توقفهم عن شراء السلعة المعلن عنها. وفى نموذج شرام للاتصال الجماهيرى فإن المؤسسة / المنظمة الإعلامية تلعب دور المتصل -كما بينه فى نموذجه السابق للاتصال الشخصى -من حيث الترميز، والتفسير وتحليل الرمز ويمكن تفسير النموذج المقترح من خلال تطبيقه على صحيفة ما. فالصحيفة تتلقى الأخبار من مصادر عديدة ويقوم المحرر بقراءتها وتقييمها ويقرر ما سيتم نشره. وأثناء هذا الإجراء فإن النص سيعدل، وتعاد كتابته، أو يتم رفضه من قبل العاملين بالمؤسسة الإعلامية، وإذا أجيزت المواد من قبل المغربلين (Gate Keeper) فإنه سيتم طباعتها وتوزيعها.

ويتكون جمهور المتلقين للرسائل من الأفراد الذين ينتمون إلى جماعات أولية وجماعات ثانوية، وقد تصل الرسالة الإعلامية إلى أعضاء الجماعة عبر فرد متلق للرسالة من خلال نفوذه الشخصى الذى يعمل كمرشح للرسالة الإعلامية. وبناء على تفسير الرسالة فإن المتلقين يرسلون رجع صدى الرسائل إلى المؤسسة الإعلامية وهذا الرجع يكون استنتاجا كما أشرنا سابقا.

٢ ـ نموذج ماليتزك Maletzkes Model:-

يقدم الباحث الألمانى ماليتزك نموذجه للاتصال الجماهيرى باعتبار أن الاتصال الجماهيرى عملية اجتماعية -نفسية معقدة تحتاج إلى عوامل متعددة لفهمها. ويبنى ماليتزك نموذجه على العناصر الاتصالية التقليدية الأربعة (المتصل - الرسالة - الوسيلة - المتلقى)، وأضاف إليها وجود نوع من الضغوط أو الكوابح من الوسيلة، وتصور المتلقى للوسيلة، والتى تقع ما بين عنصرى الوسيلة والمتلقى.

وكذلك أضاف إليها وجود نوع من الضغوط والكوابح الصادرة من الرسالة والصادرة من الوسيلة والمؤثرة فى المتصل.

كما اهتم بالعديد من العوامل النفسية والاجتماعية التى تؤثر فى المتصل والمتلقى مثل تصور المتصل أو المتلقى لنفسه، والبنية الشخصية للمتصل أو المتلقى، والظروف الاجتماعية للمتصل والمتلقى، وكذلك الجماعة التى ينتمى إليها المتصل والمتلقى.

٣ ـ نموذج ويستلى وماكلين Westly& maclean Model

وقدم ويستلى وماكلين نموذجهما للاتصال الجماهيرى مع التركيز على دور المغربل فى العملية الاتصالية. ويفترض هذا النموذج -كما هو الواقع -أن المعلومات ذات مصادر متعددة وهى التى تتمثل بالرمز (X)، وهذه المعلومات التى تصل إلى المرسل (A) والذى قد يكون مراسلا صحفيا، ويقوم عادة باختيار معلومات معينة من بين العديد من المعلومات، حيث يرسلها إلى رئيسه للنشر والذى يعمل كمغربل للمعلومات التى تصله ونرمز إليه بالرمز (C) والذى بدوره تصله المعلومات من مصادر متعدة، ومن بينها المصدر (A)ويقوم المغربل (C) بإرسال المعلومات إلى الجمهور وهم هدف العملية الاتصالية ورمزهم.(B)

ويبرز هذا النموذج أمرين مهمين:

الدور الذى يلعبه المغربل فى العملية الاتصالية والذى يؤديه أكثر من شخص ويتم فى أكثر من مرحلة.

الدور الذى يلعبه الرجع Feed Back رمزه فى النموذج (f) وهو كذلك يتم أكثر من شخص وفى أكثر من مرحلة (٢٥).

فهناك رجع يأتى من مصدر المعلومات (X) إلى المرسل (A) الصحفى مثلا.

وهناك نوعان من الرجع يأتيان من الجمهور:

الأول يذهب إلى المرسل (A) وهو يتمثل بالخط المتقطع (FBA)، ثم هناك رجع آخر (FBC) وهو يذهب إلى المغربل.

كما نجد أن المغربل يقوم بإبلاغ رأيه للمرسل (المحرر A) بالمعلومات التى أرسلها، وهنا يكون الرجع مباشرا وهو يتمثل بالسهم المرقم (FCA).

٤ - نموذجان لدى فلور De Fleur

قدم دى فلور نموذجين للاتصال الجماهيرى:

النموذج الأول: وهو الذى يهتم بتحقيق تماثل المعنى لدى المرسل والمستقبل (المتصل- المتلقى) وهذا النموذج لا يختلف فى أساسياته عن النموذج الاتصالى الذى سبق وأن اقترحه شانون وويفر، وإنما تكمن أوجه الإضافات فيه فيما يلى:

أ - إظهار أن العملية الاتصالية هى عملية دائرية، وهذا إلى حد كبير يشبه نظرة أوسجود إلى عملية الاتصال، الذى نظر إليها على مستوى الاتصال الشخصى، بينما نجد أن دى فلور وسع الفكرة لتشمل الاتصال الجماهيرى.

إنه أبرز المصدر Source والناقل Transmitter والمتلقى Receiver والهدف Destination باعتبارها مراحل منفصلة فى العملية الاتصالية، وهذه المراحل تلتقى - إلى حد ما - مع نموذج شرام الذى قسم العملية الاتصالية إلى مصدر Source ومرمز Encoder والهدف Destination.

جـ - وفى تصويره لعملية الاتصال أبرز إن القناة يمكن أن تكون وسيلة الاتصال وتكون فى الوقت نفسه أداة للرجع.

د- أنه جعل التشويش ممكنا حدوثه فى أية مرحلة من مراحل العملية الاتصالية ويلتقى فى ذلك نموذج ويفر - نس للاتصال اللفظى.

b) نموذج دى فلور "وسائل الإعلام كنظام اجتماعى"

يعرف جونسون ورفاقه (Johnson Et. Al 1976) النظام بأنه كل منظم أو مركب فهو بناء أو ترابط للأشياء والأجزاء لتشكيل مركبٍ أو وحدة للكل. وعموما فهذا الكل - النظام - وهو أكثر من مجرد كونه مجموع أجزاء هذا الكل . من خلال هذا التعريف يمكننا فهم نموذج دى فلور باعتبار أن وسائل الإعلام نظام

اجتماعى متفاعل مع مجموعة من الأنظمة الفرعية المختلفة فى المجتمع، والتى جميعها تؤثر لتشكل الكل (وسائل الإعلام كنظام اجتماعى).

نظر دى فلور إلى وسائل الإعلام كنظام اجتماعى، وذلك من خلال تجربته فى المجتمع الأمريكى، ولهذا فإن النموذج بتفصيلاته ينطبق على المجتمع الأمريكى بما فيه مؤسسات ونظام اقتصادى وتشريعى تختلف عن بلدان الوطن العربى على وجه الخصوص. ومع ذلك فإن فهم الأدوار المختلفة للأنظمة الفرعية فى مجتمع ما، سوف تؤدى إلى محاولة لتفحص الأدوار المختلفة للأنظمة الفرعية فى المجتمعات الأخرى، تؤدى مقارنتها إلى فهم العملية الاتصالية بشكل أفضل فى سياقها الخاص فى جميع المجالات السياسية والاقتصادية والثقافية والتشريعية.. إلخ.

ينظر نموذج دى فلور هذا، إلى العملية الاتصالية من خلال تفاعل بين مجموعة من الأنظمة تعمل فى الظروف الاجتماعية والثقافية الأمريكية وتتمثل هذه الأنظمة فيما يلى :

أ ـ الأنظمة الفرعية المختصة بإنتاج الرسائل الإعلامية: سواء أكانت للإذاعتين المسموعة والمرئية أم الرسائل المكتوبة مثل الكتاب والصحيفة والمجلة.. إلخ.

ب ـ الأنظمة الفرعية المختصة بتوزيع الرسائل الإعلامية: سواء أكان ذلك على مستوى قومى – أم إقليمى – أم محلى.

جـ – دور الأنظمة الفرعية المختصة بالتشريع للاتصال: والتى تعمل على تنفيذ التشريعات الإعلامية مثل مجلس الشيوخ ومجلس النواب والوكالات والوزارات المختصة بتنفيذ التشريعات.

د – دور الوكالات الإعلامية وبحوث التسويق وتصنيف البرامج.

هـ – دور الممولين: الذين يقومون بشراء الزمن أو المساحة فى الوسيلة الإعلامية بهدف التأثير على سلوك الجمهور.

و –دور الجمهور المستهلك المتعدد الأذواق.

إن جميع ما سلف يتفاعل ليؤثر فى العملية الاتصالية من حيث نوعية الرسالة الإعلامية شكلا ومضمونا.

٤ ـ نموذج الاعتمادية لتأثيرات الاتصال لبول روكيش ودى فلور:

يركز هذا النموذج بشكل رئيسى على الظروف البنائية للمجتمع والتى تحكم احتمال حدوث تأثيرات وسائل الإعلام.

وهذا النموذج يرى أن أفراد الجمهور فى المجتمعات الحديثة الجماهيرية (مجتمعات الاتصال الجماهيرى) يعتمدون (يتكلون) على وسائل الإعلام كمصادر معلومات للحصول على المعرفة، ويتوجهون من خلالها إلى ما يحدث فى مجتمعهم. وأن نوع ودرجة الاتكالية تعتمد على عدد من الظروف البنيوية وأهمها يتصل بالعوامل التالية:

أولا: بالدرجة التى فيها يكون المجتمع عرضة للتغيير، والصراع وعدم الاستقرار.

وثانيا: بدرجة ما تقدمة وسائل الإعلام من وظائف ومعلومات مركزية ومتفردة.

ومن ثم فإن هذا النموذج يوضح العلاقات المتداخلة بين ثلاث مجموعات من المتغيرات:

وهى: الأنظمة المجتمعية، وأنظمة وسائل الإعلام، والجمهور.

وتحدد الأنواع الرئيسية للتأثيرات وهى: التأثيرات على المعرفة والسلوك والعاطفة. وهذه التأثيرات تعتمد على التفاعل بين تلك المتغيرات الثلاث.

٦ ـ نماذج هب للاتصال الجماهيرى B . U.H

قدم الباحثون هيبرت Hiebert وانجريت Ungurait وبوهن Bohn نماذجهم للاتصال الجماهيرى والتى أخذت أسماؤها من الأحرف الأولى لأسمائهم H. U. B ومن هذه النماذج:

– نموذج أنظمة وسائل الإعلام:

وهذا النموذج يرى أن العلاقة بين وسائل الإعلام ومجتمعاتها علاقة تبادلية، فكل بلد تخلق نظامها الإعلامى القومى، وهذا النظام بدوره يقوم بتشكيل

المجتمع. وحيث إن أمة تختلف عن غيرها، وتختلف الأنظمة الإعلامية من دولة إلى أخرى، فإن التفاعل بين بلد ما ووسائل إعلامية يكون متفردا. ولأن هذه العلاقة ليست جامدة فإن وسائل الإعلام والمجتمعات تغير بعضها باستمرار.

ويقوم هذا النموذج على نظرية بأن لكل بلد هناك بعض العوامل أو القوى الاجتماعية التى تتفاعل بطريقة متميزة وذلك: لخلق نظام إعلامى قومى، يستخدم لتأدية أنواع مختلفة من الوظائف، والتى تسهم فى إعادة تشكيل المجتمع.

وهذا النموذج ذو توجه حركى (دينامیکی فى مواجهة الجمود) ليؤكد على طبيعة التغير والتفاعل للوسائل الإعلامية والمجتمعات.

وهناك ستة عوامل أو قوى اجتماعية تتفاعل لتطوير النظام الإعلامى وهى:

١) الخصائص المادية الجغرافية.

٢) الكفاءات التكنولوجية.

٣) الخصائص الثقافية.

٤) الظروف الاقتصادية.

٥) الفلسفات السياسية.

٦) نوعية وسائل الإعلام.

وفى كل أمة هناك العديد من المؤسسات الإعلامية أهمها ثلاث وسائل مطبوعة وهى الكتاب والصحيفة والمجلة. وهناك أربع وسائل إلكترونية هى الإذاعة والتليفزيون والسينما والتسجيلات الصوتية.

ولهذه المؤسسات الإعلامية وغيرها ست وظائف أساسية هى:

١) الأخبار والمعلومات.

٢) التحليل والتفسير.

٣) التعليم والتنشئة الاجتماعية.

٤) الإقناع والعلاقات العامة.

٥) المبيعات والإعلان.

٦) التربية والفن.

وحينما تعمل هذه الوظائف فإنها تغير مجتمعها الذى أوجدها.

* نموذج هب للاتصال الجماهيرى The Hub Model

قدم هيبرت ورفيقاه نموذجا آخر بديلا لنماذج الاتصال الجماهيرى، ويظهر هذا النموذج بأن العملية هى عملية دائرية ديناميكية، وفى حركة تقدم مستمر. واختاروا لإظهار العملية مجموعة من الدوائر والتى تظهر الاتصال كمجموعة من الأفعال وردود الأفعال. ويظهر نموذج هب Hub الاتصال كعملية تشبه سلسلة الأحداث التى تأخذ مكانها حينما يسقط المرء حصاة فى بركة ماء، حيث تسبب الحصاة تموجات تتسع حتى تصل إلى الشط، ثم ترتد راجعة تجاه المركز.

ويشبه مضمون الاتصال فكرة أو حدث الحصاة التى تسقط فى بحيرة من الشئون الإنسانية. وتؤثر عدة عوامل فى الرسائل مثلها مثل التموجات التى تنطلق خارجة إلى الجمهور ثم ترتد عائدة. وهذه العوامل هى عناصر العملية الكلية للاتصال. وقد تم تشكيل هذا النموذج من دوائر متراكزة؛ لأنه يظهر لنا بدقة أكثر طريق تدفق الاتصال من خلال عناصر العملية الاتصالية المختلفة. وفى هذا النموذج يشكل الاتصال الجماهيرى ببساطة صيغة من الاتصال، وليس عملية غامضة غير معروفة أو غير مسيطر عليها من قبل البشر .

وفى محاولة لوضع جميع عناصر الاتصال الجماهيرى معا.

وليس هناك مشكلة لتمر الرسالة من خلال المغربلين. وتقوم الوسيلة الإعلامية بتضخيم الرسالة. وهناك بعض التدخلات التى تمس الرسالة فى مرحلة الترشيح (التنقية)، حيث إن القصة الصحفية حول حدث ما قد لا تتناسب مع المفاهيم الثقافية، ومع ذلك فإنها تصل إلى معظم الجمهور المقصود، وهناك بعض من رجع الصدى الذى يصل إلى المتصل والذى يقوم بالتعليق على ذلك بصيغ إيجابية أو سلبية.

وقد تكون الرسالة (ب) هى بث أخبار حول احتجاج عنيف فى الجامعة. وليست هناك أية مشكلة فى نقلها عبر جميع عناصر عملية الاتصال الجماهيرى، وتم تكبيرها وتضخيمها وتكرارها على طول الطريق. وإذ أصبحت الرسالة قوية وواضحة، فإن رجع صداها يكون قويا أيضا. وأن العمل الذى نتج عن الرسالة هو تقويتها فى معظم الاتجاهات.

وقد تكون الرسالة (جـ) بيانا صحفيا من مرشح سياسى. ويتم تضخيم هذه الرسالة من المتصل، ولكنها لم توضع فى صيغة ترميز ملائمة، أو أنها لم تأخذ تغطية إخبارية كافية أو قيمة اتصالية، ومن ثم فإنها لم تمر عبر حاجز المغربل، ولذا فإنها لم تمر إلى وسائل الإعلام. وعلى أية حال فهناك البعض من رجع الصدى السلبى إذ منه يعرف المتصل - على الأقل - بأن رسالته لم تكن مهمة للمغربلين.

*** نموذج هب للاتصال الدولى:**

يعتبر هذا النموذج من النماذج النادرة التى صورت التأثير الثقافى لوسائل الإعلام على شعوب الدول الصناعية الصغيرة وشعوب دول العالم الثالث. وهو يفترض بأن وسائل الاتصال الجماهيرى فى عصر الاتصال الإلكترونى زادت من تاثيرها فى ثقافة المجتمع، وخاصة أن الثقافة الخارجية لوسائل الإعلام - وخاصة أفلام السينما والتليفزيون المستوردة - لها تأثيراتها فى أهداف وطموحات الشعوب.

وتحمل وسائل الإعلام المحلية رسائل أجنبية ذات مضامين تؤثر فى المجتمع وعلى اتجاهات الناس حول الثقافة التقليدية القديمة.

نموذج فورا لانتشار المفاهيم:

يعتبر نموذج "فورا" من أكثر النماذج تعقيدا، ويقوم هذا النموذج بتمثيل مفاهيم الانتشار والمعرفة وتغيير الاتجاه والسلوك بعمود لولبى ديناميكى وتقدمى حيث يوظف أقنية الاتصال الجماهيرى والشخصى. وهدف هذا النموذج بالنسبة للاتصال الجماهيرى يذهب أبعد من الأخذ فى الاعتبار عناصر المصدر،

والرسالة، والقناة، والمتلقى وذلك بتركيزه على عوامل الظرف الخارجى والداخلى وعنصر التأثيرات، ويمكن تطبيق هذا النموذج على انتشار المفاهيم فى البيئة المحلية والقومية والدولية، ويلاحظ أن الزمن يلعب دورا أساسيا فى النموذج، إذ مع امتداد الزمن يمكن أن يحصل تغيير سلوك واتجاهات المتلقى ولكن هذا النموذج لا يظهر ببساطة العوامل المختلفة المؤثرة فى انتشار تلك المفاهيم.

كما يظهر لنا أن هذا النموذج متأثر إلى حد كبير بنموذج دانس اللولبى الذى سبقت الإشارة إليه.

نماذج عربية لعمليات الاتصال:

النموذج التصويرى فى الثقافة العربية المعاصرة كأسلوب للتعبير عن فكرة أو تصور من الأمور النادرة، ولم يأخذ عناية من الباحثين العرب إلا بعد احتكاكهم بالثقافة الأجنبية وخاصة ما انتجته المدرسة الأمريكية فى مجال العلوم الإنسانية.

ومن الأمور المثيرة للانتباه أن تراثنا العربى امتلك نماذج يمكن أن تكون من أقدم النماذج التى عرفتها البشرية، هذه النماذج التى قدمها النبى محمد "صلى الله عليه وسلم" والتى نجدها فى كتب التفاسير والأحاديث النبوية، ولأهمية هذه النماذج من ناحية تاريخية ووثائقية، فإنه يجدر بنا أن نعرضها كما جاءت فى أصولها:

تفسير الآية الكريمة [وَأَنَّ هَذَا صِرَاطِي مُسْتَقِيماً فَاتَّبِعُوهُ وَلا تَتَّبِعُوا السُّبُلَ فَتَفَرَّقَ بِكُمْ عَنْ سَبِيلِهِ ذَلِكُمْ وَصَّاكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ] الأنعام - ١٥٣.

وقد جاء فى التفسير ما يلى:

" وروى أبو وائل عن ابن مسعود عن النبى صلى الله عليه وسلم " أنه خط خطا ثم قال: هذا سبيل الرشد، ثم خط عن يمينه وعن شماله خطوطا ثم قال: هذه سبل على كل سبيل منها شيطان يدعو إليه، ثم تلا هذه الآية " وأن هذا صراطى مستقيما فاتبعوه" .

حديث الإنسان والأمل: ونجده فى كتاب " عمدة القار: شرح صحيح البخارى" للإمام بدر الدين أبى محمد محمود بن أحمد العينى المتوفى سنة ٨٥٥هـ.

وفى (باب الأمل وطوله نجد الحديثين رقم (٦) ورقم (٧) حيث جاء فى الكتاب شرح وتصوير لهما وهذا هو نصهما:

الحديث رقم (٦):.

(حدثنا صدقة بن الفضل أخبرنا يحيى عن سفيان قال حدثنى أبى عن منذر عن ربيع بن خثيم عن عبد الله رضى الله عنه قال خط النبى صلى الله عليه وسلم خطا مربعا وخطا فى الوسط خارجا منه وخط خططا صغارا إلى هذا الذى فى الوسط من جانبه الذى فى الوسط وقال هذا الإنسان وهذا أجله محيط به أو قد أحاط به وهذا الذى هو خارج أمله وهذه الخطط الصغار إلا عراض فإن أخطأه هذا نهشه هذا وإن أخطأه هذا نهشه هذا).

الحديث رقم (٧):.

(حدثنا مسلم حدثنا همام عن إسحاق بن عبد الله بن أبى طلحة عن أنس قال خط النبى صلى الله عليه وسلم خطوطا فقال هذا الأمل وهذا أجله فبينما هو كذلك إذ جاءه الخط الأقرب).

إذن فالنماذج فى تراثنا العربى الإسلامى حقيقة، ولا نبالغ أو ندعى إذا قلنا إننا كنا فيها روادا، النماذج السالفة خير دليل على ذلك، وحينما بدأت الدراسات الإعلامية الغربية تركز على النماذج فإنها سريعا ما أثرت على معظم دارسى الإعلام وقدم الباحثون العرب فى مجال الاتصال نماذج مهمة تستحق الدراسة والتحليل.

١ـ نموذج الدكتور إبراهيم إمام للاتصال الإسلامى:

يقدم د. إبراهيم إمام نموذجه المقترح للاتصال الإسلامى فى إطار ما سماه بنظرية الإعلام الإسلامى، وقد رأى أن الإعلام الإسلامى يتمثل فى حلقات

يحتوى الأكبر منها الأصغر ويستمد منطلقاته من القرآن الكريم والسنة الصحيحة، وقد أبرز أن عمليات الاتصال تتم من خلال تدرج ليشمل خمسة مستويات من الاتصال منطلقاته من الكتاب والسنة وكلها من عند الله سبحانه وتعالى جل شأنه . . .

٢- نموذج خلاط التفاعل الديناميكى لتكوين الرأى العام:

تقترح د. شاهيناز طلعت فى كتابها (الرأى العام) نموذجا يصور عملية تكوين الرأى العام، تقوم شاهيناز طلعت " يرتكز مفهوم هذا النموذج أساسا على توضيح عملية الخلط أو التفاعل بين عناصر مختلفة لتكوين منتج ما ". ولهذا فهى تشبه بخلاط الفاكهة أو الخلاط الخرسانى؛ حيث تنحصر مهمة الخلاط فيما يلى حسب تعبيرها " وبمجرد وضع تلك العناصر فى الخلاط وتشغيله تتم عملية تفاعل ديناميكى بينها وينتج لنا منها، خلال فترة زمنية معينة منتجا ما ".

وتتم عملية التفاعل الديناميكى بين عناصر هامة وعناصر أقل أهمية. وعند تكوين الفرد لرأى فى موقف ما تؤخذ تلك العوامل المهمة وغير المهمة التى تؤثر فيه، وتكوين الرأى فى موقف ما يشتمل على التفاعل القائم فى الجهاز الإدراكى للإنسان وبين ذلك الموقف، وهذا التفاعل يتم عادة بوعى، كما قد يتم أحيانا بدون وعى ومنها ما قد لا يرتبط به من قريب .

فى هذا النموذج سيطرت على الكاتبة فكرة (الخلطة) والتفاعل، وإذا كان التفاعل عملية أساسية فى تكوين الرأى العام إلا أن النموذج المقترح يظل قاصرا عن بيان حقيقة التفاعلات التى تكون الرأى العام.. ولعل من أوجه قصور هذا النموذج ما يلى:

١- إنه لا يمكن تشبيه الجهاز الادراكى لدى الإنسان بجهاز الخلاط ذلك أن عملية التفاعل لدى الإنسان، يمكن أن تتم بوعى أو بدون وعى بينما الخلاط لا يتم فيه التفاعل إلا عن طريق إرادة خارجة عنه تقصد تشغيله.

وإذا انتفت أوجه الشبه فى هذه العملية التفاعلية يصبح لا قيمة أساسا لهذا النموذج الذى لا يستطيع أن يعطينا البعد الحقيقى لعملية تكوين الرأى.

٢- إن تكوين الرأى فى هذا النموذج يتجاهل عناصر العملية الاتصالية بالكامل، وهذا التجاهل أو النسيان يجعل النموذج غير قادر على فهم حقيقة الدور الذى يلعبه الاتصال فى تشكيل الرأى.

٣- جاءت البيئة الاجتماعية والعوامل المؤثرة الأخرى شيئا منفصلا عما سمته بعوامل قوية التأثير وعوامل ضعيفة التأثير. وتدخل البيئة الاجتماعية والعوامل المؤثرة الأخرى ضمن هذين النوعين من العوامل.

٤- إن صرامة الآلية (الميكانيكية) للخلاط لا يمكن أبدا أن تقاس ولا تشبه بالجهاز الإدراكى للإنسان.. إذ إن الخلاط يتوقف عن العمل.. ويتلف.. ويمكن إصلاحه.. ولكن الإنسان الذى يتوقف جهازه الإدراكى يصبح شخصا لا يعنينا أمره فى مجالنا هذا، لأنه واحد من اثنين، إما متوف أو معتوه !!

٣- نموذج د. سمير حسين لنظام الاتصال بالجماهير:

يتكون نموذج النشاط الاتصالى كما اقترحه سمير حسين من مجموعة من العناصر متمثلة فى خمسة مستطيلات يحتوى الأكبر منها الأصغر.

وهذه العناصر هى:

١- النظام السياسى والاقتصادى والاجتماعى والاعلامى وتأتى فى المستطيل الأكبر الذى يحتضن باقى العناصر.

٢- الظروف والعوامل البيئية العامة وتمثل مجموعة العوامل التى يمكن أن تؤثر فى استراتيجية الاتصال وتتأثر بها. وتشمل العوامل الاجتماعية والعوامل الثقافية والعوامل التربوية والعوامل الاقتصادية وأنشطة التنمية والعوامل القانونية والتشريعية والرقابية، والعوامل التكنولوجية. فى المستطيل الثانى.

٣- السياسات الاتصالية العامة فى المجتمع، فى المستطيل الثالث.

٤- أوجه النشاط الاتصالى المختلفة، فى المستطيل الرابع.

٥ ـ العمليات الاتصالية، وهى التى تشتمل على مجموعة خطوات وإجراءات تمثل آليات (ميكانزمات) النشاط الاتصالى، مثل البحوث وجمع المعلومات، وتحديد الأهداف، واختيار قنوات الاتصال وصياغة الرسائل الإعلامية وتنفيذ الحملات الاتصالية.. إلخ. فى المستطيل الخامس.

٦ـ المساندة، وتتمثل فى الجهود الاتصالية الأخرى التى تدعم بعضها بعضا. وكما يقترح سمير حسين فإن هذا النموذج ينظر إلى الاتصال باعتباره نظاما متكاملا يشتمل على مجموعة من المكونات والعناصر والنظم الفرعية التى ترتبط وتتفاعل لكى تحدث التأثير الكلى المتكامل للاتصال.

٤ـ نموذج المعرفة والتغير الاجتماعى (نموذج د. فرج الكامل):

يحدد فرج الكامل فى نموذجه المعرفة كنقطة البداية التى هى أساس السلوك الإنسانى. فمعظم الناس يعرفون القليل أو لا يعرفون شيئا بالنسبة لمعظم القضايا والأشياء. ومن سمات النموذج أن الإنسان يسلك مسلكا خاصا دون غيره فى الحياة بناء على كمية ونوع المعرفة التى لديه.

ويمكن تقسيم النموذج الذى اقترحه فرج الكامل إلى نوعين رئيسيين:

العوامل.

التأثيرات.

أ- العوامل وتشمل ثلاثة أنواع هى:

١) العوامل الاجتماعية والاقتصادية مثل التعليم، والمهنة والدخل، والإقامة والتحضر.. إلخ.

٢) العوامل الاتصالية مثل التعرض للاتصال المواجهى والجماهيرى كملكية أجهزة الاستقبال، ونوعية المضمون الذى يتم التعرض له.. إلخ.

٣) عوامل وسيطة وديموغرافية وبديهية والاتجاهات والعرف الاجتماعى.

ب - التأثيرات وهى تتم على مرحلتين وهما نوعان من التأثيرات أيضا، هما:

١) المعرفة.

٢) السلوك.

ويفترض النموذج أن المعرفة هى نتيجة عملية الاتصال سواء أكان مواجهيا أم جماهيريا، ولما كانت المعرفة أساس السلوك، فإنه يتم التأثير على السلوك عن طريق الاتصال، الذى يرتبط بعدد من العوامل الاقتصادية والاجتماعية، التى تحدد نوعه ومداه، ويتم الاختلاف فى المعرفة بين الأفراد لسببين: هما الاختلاف فى درجات ونوعيات التعرض للاتصال، ثم الاختلاف فى الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية.

ومع أن المعرفة تقوم بتحديد السلوك إلا أن هناك عوامل وسيطة تحول دون العلاقة المباشرة بين المعرفة والسلوك، وهذه العوامل الوسيطة تتمثل بمجموعة من المتغيرات وهى:

أ- المتغيرات البديهية وهى أساسا العوامل الديمغرافية مثل السمة والنوع والحالة الاجتماعية.

ب - المتغيرات المساعدة وهى المتغيرات التى تجعل تحول المعرفة إلى سلوك، إما سهلا أو صعبا، مثل توافر الشىء، مستوى المجهود المطلوب للحصول عليه، تكلفة الحصول على الشئ.

جـ- المتغيرات القيمية وتتمثل بموافقة المجتمع أو معارضته للسلوك، وهى متغيرات معنية بالشرعية الاجتماعية والدينية للسلوك الفردى.

د- المتغيرات الاتجاهية، والاتجاه يعنى الاستعداد المكتسب للاستجابة بشكل متسق على منبه معين.

والاتجاه الإيجابى نحو شئ ما لا يؤدى بالضرورة إلى قيام الفرد بسلوك يعبر عن هذا الاتجاه، إلا أن تحول المعرفة إلى سلوك مع وجود اتجاه سلبى نحو الشيىء موضع السلوك يعد أمرا صعبا.

ومن الملاحظ فى هذا النموذج أنه يهمل دور العوامل الوسيطة فى التأثير على المعرفة.

كما أنه يهمل إظهار الدور التفاعلى فى نموذج المعرفة والتغير الاجتماعى، إذ إن التغير فى المعرفة والسلوك لابد أن يرتد مرة أخرى ليكون له تأثيره فى العوامل الاجتماعية والاقتصادية، وكذلك له تأثيره فى الاتصال. علاوة على أن هذا النموذج يقترح بأن المتغيرات القيمية والاتجاهية تتأثران -إلى حد كبير- بالمتغيرات الاتصالية، بينما يمكننا القول إن تأثير العوامل الاجتماعية وعلى المستوى الوطنى فإن النظام الاتصالى الوطنى يتكامل مع النظام السياسى والاقتصادى والاجتماعى والثقافى والتربوى الوطنى، وإذ يقتضى التوازن العام فى المجتمع ضرورة وجود اتساق كبير بين هذه النظم المختلفة.

ويصف الباحث نموذجه بالوضوح والشمول والتكامل، وهو لا يخلو من ذلك، إلا أنه رغم محاولته دمج عناصر عديدة فيه، مازال يخلو من بعض الهنات متمثلة فيما يلى:

١- الظروف والعوامل البيئية العامة تمثل عمليا النظام الأشمل والذى يحتوى الأنظمة الفرعية الأخرى، والتى تتأثر بها باقى الأنظمة، سواء أكانت اقتصادية أم إعلامية أم سياسية......... إلخ.

٢- يتكرر الخلط بين مستويين من العناصر، إذ يتحدث عن النظام الاقتصادى والنظام الاجتماعى ثم يعود مرة أخرى للحديث عنها ضمن الظروف والعوامل البيئية باعتبارها عوامل مؤثرة فى استراتيجية الاتصال.

٣- إنه يفصل بين أوجه النشاط الاتصالى المختلفة وبين العمليات الاتصالية، مع أنه لا يمكن النظر إليها كما قسمها (إعلام /إعلان / دعاية /علاقات عامة) إلا باعتبارها عمليات اتصالية، وكذلك العمليات الاتصالية هى نشاطات اتصالية.

٤- لا يتضح موقف المتلقى فى إطار العمليات الاتصالية. فإن اتجاهات الجامعى غير اتجاهات الأمى.. وقيم الريفى تختلف عن قيم الحضرى.. إلخ.

٥ ـ نموذج الاندماج التبادلى للاتصال التنموى (د. صالح أبو أصبع):

ينظر هذا النموذج إلى العملية الاتصالية باعتبارها عملية مجتمعية متفاعلة مع عناصر عديدة على مستوى شخصى ومؤسساتى وعلى مستوى قومى وعلى مستوى دولى. ولكى يقدم النموذج رؤية أشمل للعملية الاتصالية، فإنه يستفيد علميا مما سبقه من نماذج موضحا عناصر كثيرة من النماذج التى سبقته، ومبرزا أهمية المتغيرات غير الاتصالية فى التأثير فى فعالية الاتصال التنموى. وقد جعل هذه المتغيرات تأتى فى دائرتين، الدائرة الأولى تشمل متغيرات أساسية فى التأثير على الإنسان وتشكيل رؤيا للعالم. هذه الرؤيا (وجهة النظر حول العالم) أساسية فى العملية الاتصالية، وهذه المتغيرات هى الثقافة والتنشئة الاجتماعية والشخصية، وقرب هذه العوامل من العملية الاتصالية يجعلها تكسب الأهمية القصوى فى إنجاح أو افشال العملية الاتصالية.

وأما الدائرة الثانية وهى الدائرة الأشمل فإنها تمثل الظروف أو البيئة التى تخص العملية الاتصالية، وهى تشمل الاقتصاد والتكنولوجيا والقيادة الأيديولوجية والسياسية والبنى التحتية .

ويبرز النموذج كذلك أنواعا أخرى من المتغيرات لم يتم التركيز عليها بشكل كبير مثل:

١ـ المعلومات قبل تنفيذ البرنامج والمعلومات بعد تنفيذه، وهى مرتبطة بنوعين من المعلومات:

أ- ما يتم تحصيله عن طريق رجع الصدى.

ب- ما يتم تحصيله عن طريق البحوث الإعلامية.

وهذان العنصران يؤكدان بطريقة أو بأخرى على أهمية التخطيط للإعلام التنموى.

٢ـ كذلك يبرز النموذج أهمية الرسائل الإعلامية المنافسة سواء أكانت محلية أم إقليمية أم دولية، لأنها تعمل على إعاقة الرسالة التنموية لتحقيق أهدافها.

٣ـ كما يركز النموذج على الجمهور المستهدف ويظهر أن الرسالة التنموية الجماهيرية تستقبلها الجماهير ولكن هدفها جمهور معين، ولهذا يكون تأثير الرسالة على شريحة معينة.

٤ـ إن عملية التأثير على الشريحة مرتبطة إلى حد كبير بالاستخدام لأفضل للعناصر الاتصالية والاستفادة من عناصر النظريات الإعلامية.

٥ ـ يركز النموذج على الوقت باعتباره عاملا هاما فى العملية الاتصالية ويتم التركيز على مظاهر جريان الزمن ليشمل ذلك الوقت: التوقيت والتواقت والمدة كعناصر هامة فى العملية الاتصالية.

٦ـ يركز النموذج على ضرورة الاستفادة من نظريات الاتصال وإدماجها من أجل الحصول على عملية اتصالية فاعلة.

٧ـ يهتم النموذج بالتركيز على مستويات الاتصال ودمج أقنية الاتصال الجماهيرى بأقنية الاتصال التقليدى.

٨ ـ يبرز النموذج أن أى شكل من التغير (فى أى وجه من أوجه التنمية سيكون له تأثيره المتبادل على العناصر الأخرى).

نموذج الاندماج التبادلى للاتصال التنموى مطبقا على السياق العربى-الأفريقى:

ويجعل هذا النموذج عملية الاتصال التنموى كمثلث له أركان ثلاثة:

العوامل الاتصالية تراعى المستوى الشخصى والجماعى والقومى والدولى.

عملية التنمية.

جـ- العوامل البيئية والمجتمعية والنفسية والشخصية .

نموذج تفاعل الاتصال التنموى والأنظمة المتكاملة (صالح أبو أصبع):

أما هذا النموذج الذى نقدمه فإنه بمقدار ما يلتقى مع عناصر نموذج الاندماج التبادلى للاتصال التنموى من خلال تفاعلاتها، إلا أنه يختلف عنه فى أنه معنى

أساسا بإبراز الاتصال، وأشكال تفاعلاته والحاجات التى يلبيها فى إطار السياق المجتمعى، ومدى علاقة هذا السياق بالبيئة الأوسع، الإقليمية، والقومية، والدولية، وتنبع ضرورة تقديم هذا النموذج من واقع ما قدمناه فى عرضنا لقضايا التنمية وحلقاتها المفقودة . وذلك يتمثل فى النقاط التالية:

١ـ تخلو خطط التنمية العربية من إعطاء الاتصال دور الفاعل فى العملية التنموية.

٢ـ تخلو خطط التنمية من إدراك التفاعل من الأنظمة الكلية والفرعية ما ينتج عنه فى هذا المضمار من عدم التنسيق والإدماج بين التخطيط لمشاريع التنمية وتنفيذها، من جهة وبين الاتصال من جهة أخرى. ولذا فالنظر إليها فى سياق تكاملى يصبح ضرورة.

٣ـ يمثل الاتصال العنصر الأساسى الذى يجسد التفاعل بين الأنظمة الكلية والفرعية، فهو وسيلة للتفاعل بين الأنظمة المختلفة وهو مظهر له أيضا.

ولهذه الأسباب فإن إبراز الاتصال كمحور أساسى للتفاعل المجتمعى يصبح ضرورة. ولعل ذلك يلفت نظر القائمين على التنمية والمخططين لها إلى أن يصبح الاتصال عنصرا أساسيا، لا يمكن فصله عن خطط التنمية وسياساتها، لكى يتخطى الواقع المرير بتجاهل الاتصال فى تلك الخطط والسياسات.

إن النموذج المقترح يأخذ فى الاعتبار أن الاتصال يقع فى قلب النموذج، ويعتبره جزءا أساسيا لنظام تدعيم الحياة للأمة والمجتمع، والنموذج يوضح طبيعة العلاقات المتداخلة فى المجتمع المحدود (القطر) والإطار الإقليمى والإطار القومى والمجتمع الدولى بشكل عام.

عناصر النماذج:

يتكون النموذج من ثلاثة مكونات أساسية هى:

المحيط الذى يتم به الاتصال.

النظام الاجتماعى بأهدافه وأنظمته الفرعية.

جـ - عناصر التفاعل وأهدافه وإدارته .

أولا: المحيط الذى يتم به الاتصال بتفاعلاته المختلفة:

تفاعلاته القطرية فى حدود الدولة. وتفاعلاته الإقليمية فى حدود إقليم يشتمل مجموعة من الدول ذات المصالح والأهداف المشتركة والعمل المشترك - على سبيل المثال - دول مجلس التعاون العربى / دول المغرب العربى، وتفاعلاته القومية التى تشمل حدود الانتماء القومى مثل الوطن العربى بالنسبة للعرب، وأخيرا تفاعلاته الدولية فى إطار العالم وما يفرضه من علاقات دولية بين شعوب صديقة وحليفة وعدوة ومحايدة.

إن هذه البيئات الأربع. لها تأثيراتها وتفاعلاتها فى الوطن العربى. ويأخذ الاتصال شكلا أكثر بروزا وتأثيرا من خلال تدفق الاتصال من مجتمع ما إلى المجتمع المقصود بالعملية التنموية، ومن خلال المستويات الأخرى إقليميا أو قوميا أو دوليا، حيث تؤثر المصالح والأهداف فى أسلوب الاتصال وشكله ومحتواه ووسائله وتقنياته وأيديولوجيته؛ مما يفرض تفاعلاته، لابد أن تؤثر فى الاتصال التنموى سلبا أو إيجابا. وكان بالإمكان إبراز كل مستوى من هذه المستويات بمحيط منفصل، المحيط القطرى فالإقليمى فالقومى فالدولى، إلا إن طبيعة التفاعلات بين هذه المستويات جعلتنا نضعها كمحيط واحد متفاعل.

ثانيا: النظام الاجتماعى بأهدافه وأنظمته الفرعية:

وهو يشكل نظاما كليا فى إطار القطر، والذى له مجموعة من الأهداف مثل أداء المهمة، والذى يؤدى وظائف التعاون والمنافسة لصنع القرار، وكذلك هناك هدف التكيف والتواؤم البيئى والذى ينتج عنه نظام التغيير، والذى تحققة التنمية والابتكار والتحديث، وهناك مهمة تعزيز الثقافة، ومن خلالها تتم التنشئة الاجتماعية عن طريق الأسرة والأقران ووسائل الاتصال والمؤسسات التعليمية والدينية، وهناك مهمة التنسيق والاندماج التى تعمل على حل الصراع فى المجتمع، والتى لها علاقات متداخلة.

إذ يعتمد الحفاظ على النظام الاجتماعى على رغبة الأفراد فى بقائهم كأعضاء فى النظام وعلى مشاركتهم فى أداء المهمات وكذلك أداء الأدوار الاجتماعية الأخرى. وأحد العناصر الهامة هو -إلى حد ما -نظام التخصيص، والذى عن طريقه يتم توزيع ثمرات أداء المهمة على الأفراد، على كل شكل جزاء مادى أو اعتراف رمزى. ومثل نظام التخصيص هذا، سيكون أساسيا لتستمر مشاركة الأفراد كأعضاء فى النظام. وعلى أى حال، ومن أجل أن يحافظ النظام الاجتماعى على نصيبه من الصلابة والحزم، فإنه لا يستطيع أن يعتمد فحسب على نظام التخصيص الذى يفشل عادة فى إرضاء كل عضو. ولذا لابد أن يكون هناك نظام (القيم). والذى تنتج عنه درجات مرضية من ارتباط الأفراد بالنظام، وهكذا فإنهم يرغبون فى تدعيم النظام، وذلك ليس كوسيلة لبقاء الجماعة بل كهدف فى حد ذاته. إذ إنهم يجب أن يشعروا بأنهم يرغبون فى الانتماء إلى النظام أكثر من اعتباره نفعيا لبقائهم وأعضاء فى (النظام).

لقد دققنا النظر فى هذه الأهداف، نجدها ترتبط بصلة وثيقة بالأنظمة الفرعية للنظام الاجتماعى التى تشكل عمليا قاعدة البناء الاجتماعى -وهو يعنى أساسا نظام الأسرة فى المجتمع -بجوانبه البشرية والمادية والفكرية والتكنولوجية، وكذلك يرتبط بألبناء الاجتماعى التفاعل مع الثقافة التى تمثلها أنظمة الإعلام والتربية والتعليم، ويرتبط التفاعل مع نمط الشخصية (الأفراد سواء أكانوا عاديين أم قادة)، ثم مع أنظمة العقيدة أو الأيديولوجية (سياسية أو فكرية مثل العقيدة الدينية)، وكذلك التفاعل مع نظام السياسة ونظام الاقتصاد، والتكنولوجيا والبنى التحتية التى هى تفاعل ونتاج مادى للعناصر السالفة.

ويمكننا النظر إلى هذه الأنظمة الفرعية فى تفاعلاتها تحقيق هدف التنسيق والاندماج فى المجتمع وذلك لحل الصراع أو الصراعات فى المجتمع، والتى غالبا ما تنتج عن عجز فى التنظيم الاجتماعى، أو تنتج عن أن طاقة النظام الاجتماعى لا تستطيع تحقيق حاجات الإنسان. هذا بالإضافة إلى عوامل الصراع الخارجى للنظام الاجتماعى فى علاقاته بالأنظمة الاجتماعية، فى البيئة الأوسع، مثل الضغوط الخارجية التى يمكن أن تؤثر على انسجام الدولة الداخلى. ولذا لابد أن

يكون فى المجتمع آليات (ميكانيزمات) ملائمة لتخفيف التوتر من أعضائه، قبل أن يصل إلى مرحلة الصراع ليسهم هذا فى الحفاظ على النظام الاجتماعى أو على تقدمه. وهنا تلعب وسائل الإعلام دورا مهمًا، لأنها تسهم فى التعريف بحاجات الأفراد، والحفاظ على بقاء الجماعة. وتلعب دورا أساسيا فى تخفيف التوتر وتماسك المجتمع، والتفاف الجماعة حول هدف عام. وتكمن أهمية تفاعل الأنظمة وتكاملها وعلاقاتها وتأثيراتها المتبادلة - سواء أكانت دولية أم قومية أم قطرية فى مسألة حيوية مثل حل الصراع فى المجتمع.

ثالثا: عناصر التفاعل وأهدافه وأدواته:

النظام الاجتماعى - باعتباره نظاما كليا يشتمل على أنظمة فرعية - ولا يحقق النظام الاجتماعى وجوده وأهدافه باعتباره نظاما فرعيا لأنظمة كلية أكبر - إلا من خلال التفاعل الذى يشكل الاتصال جوهره ووسيلته. ويتم هذا التفاعل بهدف تحقيق الحاجات والطلبات، التى تتمثل أساسا بعنصرين وهما: حاجات الأفراد والحفاظ على بقاء الجماعة وأشكال هذه الحاجات. وتتمثل الحاجات بما يلى:

١ـ حركة الناس البدنية والتى تتطلب توجها من خلال نظام الاتصالات.

٢ـ التفاعل بين الأشخاص الذى تفرضه الحياة الاجتماعية.

٣ـ التعليم.

٤ ـ التنشئة الاجتماعية.

٥ ـ تخزين المعلومات واسترجاعها.

٦ ـ التسلية والترفية.

٧ـ السلوك الجماعى والذى يتمثل بأشكال مختلفة مثل الأنشطة السياسية واتصال القادة بالجمهور، الصلاة فى دور العبادة والمساجد والكنائس وارتياد النوادى والمقاهى.

٨ ـ وأخيرا النشاطات المنسقة مثل النشاطات التى تتم عبر المؤسسات والشركات والمنظمات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية والمهنية.

هذه الحاجات الثمانى التى يقوم بها المرء لا يمكن تحقيقها إلا عبر الاتصال الذى يأخذ أشكالا مختلفة. مثل الاتصال الشخصى (من شخص إلى شخص) والاتصال الجماهيرى (المؤلف، والدعائى للجمهور، والمؤسسة إلى الجمهور) والاتصال الدولى (دولة إلى شعب دولة أخرى) والاتصال مع الآلة (مستخدم الآلة – استخدام الكمبيوتر) والاتصال بين الجماعات.

الاتصال، وسائله وأشكاله ووظائفه:

وتتم أشكال الاتصال من خلال استخدام وسائل مختلفة لتوصيل الرسالة، سواء أكانت بالكلام أو باللغة المكتوبة أو بالإشارات الرمزية أو بالصوت والصورة. أو باستخدام آلات ووسائل تنقل تلك الرسائل مثل البرق والهاتف والفيلم والتسجيلات والراديو والتلفزيون والصحافة والكمبيوتر.. ويمكن استخدام أكثر من صيغة من الصيغ السالفة فى عملية الاتصال.

ويكمن دور الاتصال التنموى من خلال وظائف عمليات الاتصال المرتبطة بهدف التكيف والتوائم البيئى للمجتمع الذى يتحقق من خلال نظام التغيير لإنجاز التنمية والابتكار والتحديث. وهذه الوظائف تتمثل فيما يلى:

توفير المعلومات للجمهور عن بيئته، وتقوم بالدور التعليمى والإقناع وتحريك الجمهور وحثه على إنجاز أهداف محددة والرقابة والترفيه.

ويهمل العديد من دارسى الإعلام أهمية الدور الترفيهى فى العملية التنموية، مع أن له جانبا هاما للإسهام فى التنمية؛ إذ يحقق الأهداف التالية:

أ ـ تخفيف توتر الناس مما يساعدهم على التحلل من متاعبهم ليكونوا أكثر قدرة على العطاء.

ب ـ تسريب قيم تنموية ونماذج للاحتذاء من خلال الرسائل الترفيهية تساعد على دعم العمل التنموى.

جـ – المحاولة على الحفاظ على جمهور الوسيلة الإعلامية بدلا من تسربه إلى الوسائل المنافسة، ويميل الجمهور بطبيعته إلى البحث عن الترفيه فى الوسائل

الإعلامية، أكثر من ميله إلى الموضوعات الجادة، ومن بينها قد تكون البرامج التنموية.

يمكن استخدام هذه الوظائف الاتصالية لتدعيم برامج التنمية، ولكن نشر أو بث الرسالة الإعلامية التنموية إلى الجمهور شيء وتلقيه لها واستجابته لما تهدف إليه شيء آخر.

ولتحقيق رسالة إعلامية تنموية ناجحة فإنها يجب أن تقوم على مراعاة ما سميناه، بمبدأ الاصطياد والذى فيه نرى أن الأصل فى وسائل الإعلام أن تكون ذات قوة كامنة. ويتم انطلاق هذه القوة باستخدام مبدأ الاصطياد، إذ إن نجاح العملية الاتصالية مرهون بجملة عوامل، فكما أن الصيد الوفير يحتاج إلى صياد ماهر، وطعم مناسب، ووسيلة مناسبة للاصطياد، وكذلك اختيار البيئة المناسبة من حيث المكان والزمان، ويمكن لوسائل الإعلام أن تحقق فعاليتها القصوى وذلك عند الأخذ فى الاعتبار العوامل التالية:

١- ما يمتلكه المتصل من خبرة وفهم للجمهور وإعداد الرسالة المناسبة.

٢- الرسالة الملائمة لنوعية الجمهور والقادرة بأسلوبها ومضمونها على اجتذابه.

٣- استخدام الوسيلة المناسبة.

٤- معرفة خصائص الجمهور واهتماماتهم واستخداماتهم للوسائل الإعلامية والعوامل الانتقائية المؤثرة فى سلوكهم الاتصالى.

٥ - تحديد الهدف تحديدا دقيقا.

٦ - التشويش الذى يمكن أن يؤثر فى الرسالة سواء أكان معنويا أم لفظيا أم مرتبطا بالوسيلة.

٧ - البيئة التى يتم الاتصال فى سياقها سواء أكانت البيئة الاجتماعية أم السياسية أم الثقافية وسواء أكانت البيئة محلية أم إقليمية أم دولية.

إن ما يقدمه هذا النموذج من رؤية لموقع الاتصال كنشاط أساسى للتفاعل فى المجتمع يفرض علينا أن يأخذ الاتصال دوره فى عملية التنمية. وخصوصا إن

مراجعة لخطط التنمية العربية ترينا أن الاتصال فيها هامشى ولا يؤخذ بالجدية التى تساوى وظائفه.

نـقـد الـنـمـاذج:

تعتبر النماذج بصفة عامة وسيلة للإيضاح وشرح الفكرة أو تحليل عناصرها، وكلما تعددت الاتجاهات الخاصة بالتحليل أو المداخل الخاصة بتقديم الفكرة تعددت النماذج التى يمكن أن تلتقى فى النهاية بهدف واحد. هو فى دراسة الاتصال تعريف هذا المفهوم وشرح العملية والعوامل المؤثرة فيها من خلال الفكر النظرى والتطبيقى لكل مدرسة أو اتجاه فى هذا المجال.

ومن هنا نود أن نوضح بعض الحقائق الخاصة بنماذج الاتصال: -

١ـ عكست هذه النماذج بشكل واضح التطور التاريخى لعلم الاتصال والإعلام منذ الثلاثينيات حتى الآن، وعكست أيضا الإسهامات التجريبية التى تمت فى هذا المجال من أجل وضع إطار نظرى لهذا العلم وفروعه المختلفة.

٢ـ إن تحديد نماذج للاتصال المواجهى وأخرى للاتصال الجماهيرى لايعنى التحديد الدقيق للاستخدام والتطبيق، ولكنها رؤية تعكس اتجاه الدراسة المتخصصة والبحوث التى قامت عليها هذه النماذج.

٣ـ إن غياب عنصر رجع الصدى فى عدد من نماذج الاتصال بالجماهير لايعنى عدم وجوده تماما أو إغفاله، لأنه عنصر هام فى تطوير عملية الاتصال واستمرار تدفقها.

٤ـ هناك بعض النماذج التى تهتم بعنصر واحد أو عنصرين وتأثيراتهم فى عملية الاتصال، وهذه النماذج لايمكن أن نوجه إليها النقد بقصورها فى عملية التأثير، ولكنها تكون قد قامت بدورها فى حدود الأهداف العلمية لبناء هذه النماذج.

٥ ـ لذا فمن غير المقبول اتهام نموذج ما بالقصور لأنه فى دراسة عملية الاتصال وتأثيراتها يتطلب ذلك النظرة الكلية لهذه النماذج مجتمعة وليس الاعتماد

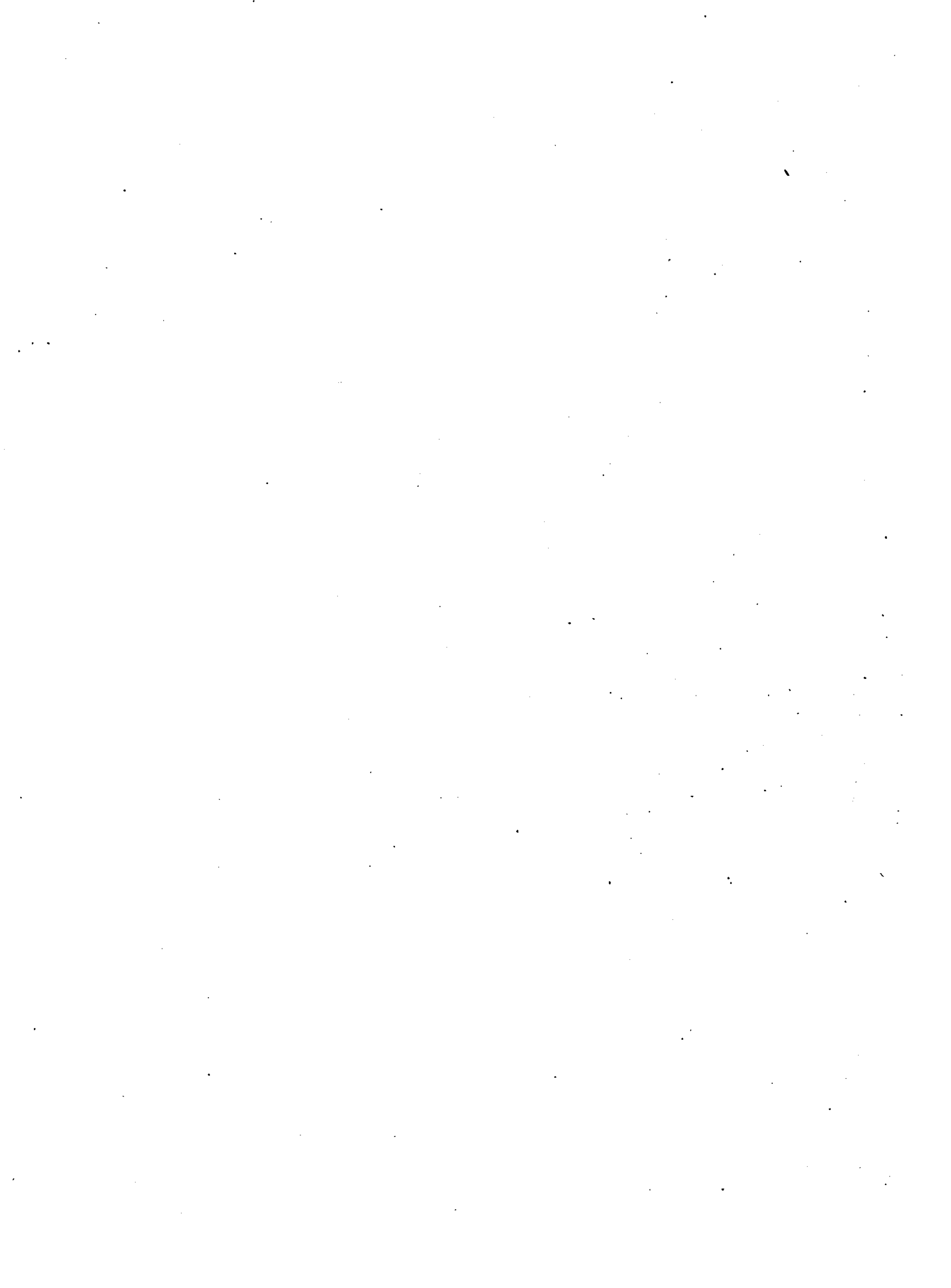
على واحد وإغفال الآخر، وذلك حتى يتسنى للجهود العلمية تقديم نموذج شامل فى هذا المجال.

٦ - وحتى لو تصورنا إمكانية الوصول إلى نموذج شامل، فإن تقديمه وتطبيقه يظل مرهونا بنتائج البحوث الآنية، وليس بعد ذلك؛ لأن هذه البحوث تهتم بالسلوك الإنسانى، وهو عنصر دائم التغير بتغيير العوامل المؤثرة فيه، والأخيرة مرهونة بالتغير الثقافى والحضارى.

الفصل الثالث

المهارات الإعلامية

- تعريف المهارات.
- شروط اكتساب المهارة.
- خصائص المهارة.
- أهمية المهارة.
- أهم المهارات التى يجب توافرها فى الإعلامى.
- مهارات ومواصفات الإعلامى.



مهارات الاتصال الفعال

تعدد تعريفات المهارة إلا أن هناك تعريفات مهمة للمهارة ومنها.:

١ـ يعرفها (عاطف غيث): بأنها تنظيم معقد للسلوك تطور من خلال عملية التعليم واتجاه نحو هدف معين أو تركز على نشاط، محدد ويستخدم مصطلح مهارة فى تقويم المواقف والتأثير فى سلوك الآخرين.

٢ـ ويذكر فؤاد أبو حطب: ان المهارة لها عدة معان، منها الإشارة إلى نشاط معقد معين يتطلب: فترة من التدريب والممارسة المنظمة والخبرة المضبوطة بحيث تؤدى بطريقة ملائمة وعادة ما يكون لها وظيفة مفيدة

٣ـ ويعرفها نصيب فهمى مقريوس: بأنها تشير إلى القدرات العقلية والنفسية والاجتماعية الفطرية والمكتسبة التى تميز بها شخص ما ويستخدمها فى العلاقات الاجتماعية وتحقيق التكيف النفسى والاجتماعى.

٤ـ وتعرفها ماجدة حامد بأنها قدرة الشخص على إحداث التأثيرات المرغوبة فيها وفى الآخرين والقدرة على إقامة تفاعل اجتماعى ناجح معهم ومواصلة هذا للتفاعل.

ثانيا: شروط اكتساب المهارة

١ـ أن يتمتع المتدرب بالنضج الجسمى والعصبى الذى يؤهلهم لاكتساب المهارة.

٢ـ التوجيه والإرشاد المناسب فى اكتساب المهارة

٣ـ أن يكون لدى المتدربين رغبة شديدة لتعليم المهارة

٤ـ التشجيع الدائم للمتدربين لإكسابهم المهارات والأداء السليم

٥ ـ توفير القدوة أو النموذج السليم

٦ـ الاستعداد لتعليم، المهارة ويتم التدريب عليه من خلال البعد عن التعقيد وتقديم النموذج.

ثالثا: خصائص المهارة:

هناك ثلاث خصائص رئيسية للمهارة وهى:

١ـ تتابع الاستجابات.

٢ـ التآزر الحسى والحركى

٣ـ أنماط الاستجابة

تتابع الاستجابات: يتضمن الأداء الظاهر سلسلة من الاستجابات وعادة ما تكون هذه الاستجابات من النوع الحركى، وهى تختلف عن الاستجابات اللفظية فى أنها حركات عضلية، أى حركات أطراف والمهارة هى سلسلة من هذه الحركات تربط كل منها فى تتابع معين، حيث تقوم كل استجابة بدور المثير للاستجابة التالية:

التآزر الحسى الحركى: يمكن القول التآزر هو استخدام لعضلات الجسم معا مع تتابع يشمل الأذرع -الأرجل -الأيدى -الأقدام -الأصابع.

أنماط الاستجابة: يمكن اعتبار السلوك الماهر تنظيماً لسلاسل المثيرات والاستجابات فى أنماط أكبر.

رابعًا اهمية المهارة:

يساعد اكتساب المتدرب على استمتاعهم بالأنشطة التى يمارسونها وتحقيق إشباع الحاجات النفسية لديهم .

تكمن أهمية المهارات فى أنها مجال هام للتواصل والتفاعل الاجتماعى.

يساعد اكتساب المهارات على تحقيق قدر كبير من الاستقلال الذاتى والاعتماد على النفس والاستمتاع بأوقات الفراغ، كما يساعدهم على ثقتهم بأنفسهم ومشاركة الآخرين فى الأعمال التى تتفق مع قدراته وإمكانياتهم.

تعتبر المهارات ضرورة لكل نشاط يقوم به الإنسان؛ إذا إنها تسرى سريان النشاط وتمكنه من القيام بنتفيذ الواجبات الصعبة والكبيرة والمركبة.

تساعد على التفاعل مع الرفاق والابتكار والإبداع فى حدود طاقتهم الذهنية والجسمية

خامساً: أهم المهارات التى يجب توافرها فى الإعلامى:

اولا: مهارة المشاركة: يعرفها الدكتور عبد الهادى الجوهرى: بانها اهداف الحياة الديمقراطية السليمة ترتكز على اشتراك المواطنين فى مسئوليات التفكر والعمل من أجل مجتمعهم، وهى وسيلة؛ لأنه عن طريق مجالات المشاركة يتذوق الناس أهميتها ويمارسون طرقها وأساليبها وتتأصل فيهم عاداتها ومسالكها، وتصبح جزءًا من ثقافتهم وسلوكهم.

خصائص المشاركة:

المشاركة سلوك تطوعى ونشاط إرادى، وليست تحت ضغط أو إجبار مادى أو معنوى.

المشاركة سلوك مكتسب يتعلمه الشخص أثناء حياته.

المشاركة عملية اجتماعية شاملة وكاملة.

المشاركة سلوك إيجابى واقعى.

المشاركة عملية مقصودة وليست عفوية.

المشاركة هدف ووسيلة معا.

أهمية المشاركة:

للمشاركة أهمية كبيرة على مستوى الأفراد المشاركين أنفسهم وعلى مستوى المجتمع ككل ذلك لأنها تعتبر شكلا من أشكال التعليم؛ حيث يتعلم المواطنون من خلال حقوقهم وواجباتهم، وهذا يؤدى بدوره إلى معرفة تامة وإدراك كبير لهذه الحقوق والوجبات، وإلى مزيد من الواقعية والمرونة فى مطالب هؤلاء المواطنين.

تساعد المشاركة على أن تكون العلاقة بين الفرد ووطنه الصغير على أساس سليم؛ فلا يسعى وراء حقوقه فقط ولكنه سيلتزم بأداء واجباته أيضا وهو الأمر الذى سينعكس بالضرورة على الشعور بالانتماء للوطن الكبير.

تعود المشاركة بالفائدة المباشرة من خلال المشاركة مع الآخرين فى الأنشطة المختلفة، فهى وسيلة فعالة لحل المشكلات.

ثانيا: مهارات التعاون:

تعرفها أسماء عبد العال أنها ذلك الموقف الذى يكون فيه الهدف متنوعًا بين الأفراد والذى يلزم الأفراد بالعمل معًا ويكون تحقيق الهدف مشتركًا من خلال مساعدة الآخرين الذين لا يستطيعون تحقيق أهدافهم.

أشكال التعاون:

التعاون اللفظى

التعاون من أجل الإنجاز

اللقب التعاونى

١ـ التعاون اللفظى: ويقصد به أن يقبل الإنسان على التحدث مع الآخرين وعمل علاقات معهم من خلال الكلمة المنطوقة، ويظهر هذا الشكل من أشكال التعاون بين الأفراد أثناء أداء الأدوار واللعب بمعنى يختار الطفل الدور الذى يرغب فى أدائه.

٢ـ التعاون من أجل الإنجاز: ويقصد به أنه يتعاون الأفراد مع بعضهم البعض من أجل مسئولية أو مهمة أو عمل أسند إليهم، ويبدأ التعاون من أجل الإنجاز من الأسرة حيث تعود أبناءها بتحمل المسئولية فيتعودون على التعاون ويكتسبونه كمهارة يتعاملون بها فى مجتمعهم.

٣ـ الهوايات التعاونية: فهى مرحلة يمر بها الأفراد، حيث يسود بينهم وفيها التعاون بكل معانيه ويظهر الهوايات فى هؤلاء الأفراد بينهم البعض، ولقد حثت السنة النبوية على اهمية التعاون بين الأفراد فقال رسول الله ـ صلى الله عليه وسلم (مثل الأخوين مثل اليدين تغسل إحداهما الأخرى).

ثالثا: مهارة القراءة:

تعريفها: يرى الكثير من الباحثين بأنها أسلوب من أساليب النشاط الفكرى فى حل المشكلات، يبدأ إحساس الإنسان بمشكلة ما ثم يأخذ فى القراءة لحل هذه المشكلة، ويقوم فى أثناء ذلك بجمع استجابات التى يتطلبها حل المشكلة من تفكير والانفعال العقلى والفسيولوجى للإنسان إضافة إلى حاسة البصر وأداة النطق والحالة النفسية.

أهمية القراءة:

- إنها أهم وسائل التفاهم والانفعال من الناحيتين المادية والروحية.
- القراءة وسيلة الفرد لاكتساب المعلومات والمهارات والخبرات المختلفة.
- تعد وسيلة القراءة للترويح عن النفس وقضاء وقت الفراغ فيما ينفع ويغير.
- تعد وسيلة لاتصال الفرد بغيره مهما تباعدت المسافات.
- تساعد على تنمية الأفراد وتزويدهم بالمعارف البشرية لمسايرة التقدم العالمى.
- تسهم فى تنمية التذوق وتعميق العواطف الإنسانية.

- تساعد على إثراء رصيد القارئ اللغوى وتعوده السرعة فى القراءة والفهم والنقد والتحليل للمادة المقروءة.

رابعا مهارة الكتابة :

نظرا لعدم الاتفاق على مفهوم موحد للكتاب قامت منظمة اليونسكو عام 1964بوضع تعريف خاص للكتاب عبارة عن مطبوع غير دورى يشمل على 49 صفحة فأكثر بدون صفحات الغلاف.

أهمية مهارة الكتابة:

تسمح الكتابة بالرجوع إلى المعلومات وقت الحاجة إليها وفى أى وقت.

تعمل الكتابة على نقل المعلومة إلى عدد أكبر من الناس.

تسمح بتوصيل جميع المعلومات المراد ايصالها سواء أكانت تعلميمات أم أوامر أم بيانات أم إحصاءات وتقديمها بصورة تفصيلية واضحة وبفاعلية إلى أفراد الجمهور المقصود

الكتابة أكثر أمانة على النص.

الكتابة لا تمحى على مر الأيام والسنين؛ لذلك فهى الأقدر على ربط الأجيال المتعاقبة بتراثها بعضها ببعض.

مهارة السؤال:

أولا : أهمية مهارة السؤال بالنسبة للمحرر:

يساعد على بقاء المو ضوعات المراد التحدث فيها واضحة فى ذهن المحرر دون أن ينسى جانباً مهما من جوانبها.

يحدد بدقة ما يريد المحرر طرحه ويجعله واضحاً حتى يمكن للمتحدث تقديم الإجابات الدقيقة.

يساعد على تحديد عناصر الموضوع الرئيسى والأفكار التى تدور حولها المناقشة.

أهمية مهارة السؤال بالنسبة للمتحدث:

تحديد ما يراد الاستفسار عنه وطرحه ومناقشته وتقديم الإجابات المحددة.

تقسيم موضوع الحديث إلى نقاط وموضوعات متفرعة فتسهل من ثم الإجابة وتحديد جوانب الأهمية فى موضوع الحديث.

تحدد الأسئلة بدقة ووضوح نوعية الإجابات المطلوبة.

تعطى للمتحدث فرصة للتفكير والتوقف عند كل سؤال للبحث عن الإجابة الوفية.

تعريف مهارة السؤال:

أولا بصفة عامة يعتبر السؤال أساس عملية التفاوض، ويستخدم لجذب الانتباه والحصول على المعلومات وإثاره التفكير والوصول إلى نتيجة.

مهارة التسجيل:

التسجيل: هو تدوين المعلومات والحقائق المطلوب حفظها من النسيان.

أنواع التسجيل:

١ـ التدوين " الكتابة "　　　١ـ صوتى: أجهزة التسجيل "

٣ـ ضوئى " شرائح الصور "　　　٤ـ صوتى وضوئى " فيديو "

وسائل التسجيل:

١ـ الرسوم البيانية

٢ـ المقاييس الاجتماعية

٣ـ التقارير

الرسوم البيانية:

١ـ الأعمدة بسيطة أو مجزأة أو مركبة .

٢ـ الدوائر.

٣ـ الصور المجسمة.

٤ـ المنحيات.

مهارة التقويم:

تعريف التقويم: وهو تقدير القيمة الفعلية للتغيرات التى تصاحب الجهود المبذولة لمعرفة مدى تحقيق الأهداف.

خطوات التقويم:

تحديد أهداف البرنامج.

وضع مستويات للقياس

تحديد تصميم التقويم

جمع البيانات

تحليل البيانات

أهداف التقويم:

يساعد على التعرف على مدى ما حققته المؤسسة أو الفرد من أهداف.

التعرف على التغييرات التى طرأت على الأفراد.

التعرف على مدى نمو العلاقات المهنية بين الزملاء

التعرف على التغيرات التى طرأت على المؤسسة

مدى إيجابية البرامج

بهدف إيجابية البرامج

يهدف لنمو اقتصادى

مدى ما حققه الاقتصاد من أهداف

يستخدم لاختيار الفروض والمبادئ والمداخل المتعلقة بالعمل داخل المؤسسة.

وسائل التقويم:

هى متعددة، ولكنها لا تخرج عن كونها وسائل بحث علمى تعتمد على التجريب والقياس.

مهارة الملاحظة:

تعريف الملاحظة: هى مراقبة مقصودة تهدف إلى رصد أى تفسيرات تحدث لأى ظاهرة إنسانية أو طبيعية أو مناخية.

أركان الملاحظة :

شخص ملاحظ

شىء ملاحظ

ناتج ملاحظ

أساليب الملاحظة:

١ـ بسيطة　　　　　　٢ـ مركبة

ملاحظة بسيطة تنقسم إلى:

بدون مشاركة: وهى تتم بدون اشتراك أخصائى الإعلام التربوى فى أى نشاط تقوم به الجماعة، ومميزاته أنه يتيح له ملاحظة السلوك الفعلى للجماعة فى صورته الطبيعية.

المشاركة: وهى مشاركة الأعضاء وأخصائى الإعلام التربوى فى حياة الناس المطلوب ملاحظتهم لفترة محدودة وهى فترة الملاحظة، وأن يمر بنفس الظروف التى يمرون بها ويخضع لجميع المؤثرات.

ملاحظة المنظمة تنقسم إلى:

المذكرات التفصيلية.

الصور الفوتوغرافية

الخرائط نظام الفئات مقاييس التقرير

المقاييس السوسومترية

الملاحظة تعتمد على الحواس والعقل

شروط الملاحظة الصحيحة:

سلامة الحواس

سلامة التقديرية

الخلو من المؤثرات الخارجية

الخلو من التحيزات الذاتية

الإدراك العقلى الواسع " خبرة أخصائى الإعلام التربوى "

اليقظة وسرعة البديهة وحسن اختيار الموقع.

القدرة على استنباط فواصل الحدود بين الصفات المختلفة

التسجيل الدقيق فى أى فرصة

الخلو من الانفعال والتوتر أثناء الملاحظة

مهارة المناقشة أو الحديث الإعلامى:

تعريف المناقشة او الحديث:

هى حوار لفظى بين شخصين أو أكثر للتوصل لحقيقة موضوع المناقشة

أهداف المناقشة وفوائدها:

تساعد الأخصائى الإعلام التربوى فى دراسة شخصية الأعضاء والعمل والتأثير فى عملية التفاعل لتنمية تلك الشخصيات.

ملاحظة مشاعر الأعضاء لدراستها.

تساعد الأخصائى على تدعيم العلاقة الإعلامية

تساعد على التعرف على إمكانيات وقدرات الأعضاء

أساليب إدارة المناقشة:

الطريقة العامة: وهى الطريقة التى يعبر أخصائى الإعلام التربوى عن الموضوع من خلال حديث قصير وبعض الأسئلة لاستشارة الآخرين.

التنشيط الفكرى: هى طريقة لزيادة فاعلية المناقشة، وهى تدريب عملى للعقل على اتخاذ قرارات جماعية فى أقصر وقت

إدارة المناقشة عن طريق القصة: ويتم توزيع قصة مكتوبة فى صفحتين على الأكثر تتضمن الهدف الذى ترغب إكسابه الأفراد.

مجموعات تبادل الأفكار :

يقسم المشتركون لمجموعات صغيرة يجتمعون لمدة قصيرة للمناقشة.

عروض ما وصلت إليه المجموعات من أفكار

تختار كل مجموعة قائدًا يشرح موضوع المناقشة بوضوح، وتدار مناقشة بين كل المجموعات.

إدارة المناقشة عن طريق استخدام وسائل التعبير:

الأفلام والشرائح السينمائية: يعرض فيلم وشرائح سينمائية ويطلب من الأعضاء التركيز فى المشاهدة والتعبير عن الموضوع.

استخدام الصور: يعرض صورة من الملفات وتوزع على الأعضاء وبعد تقسيمهم للمجموعات وتختار كل مجموعة صورة وتوضح سبب اختيارهم للصورة الواحدة.

ممارسة المناقشة:

يجب أن تبدأ فى المعيار المحدد

تحتاج أى مناقشة مفيدة لمقدمة الموضوع فى صورة محاضرة.

قائد المناقشة لا يحاضر ولكن يتصرف كقائد يشجع الأعضاء على عرض أفكارهم.

يجب أن يبعد القائد بتسجيل كل ما يدور بالمناقشة

تلخيص أهم ما توصلت إليه الجماعة من المناقشة

ضرورة تقييم المناقشة عن طريق استخدام تقارير.

مهارة السمر:

هو لون من النشاط الترويحى يبعث السرور والمرح لشغل وتنمية وقت الفراغ، يتجرد فيها الأفراد والجماعات من الفروق السن أو المركز.

أهداف السمر:

توثيق الصلات بين الأفراد

بث روح المرح

التدريب على روح التعاون والاعتماد على النفس

إظهار ذاتية الفرد وتنمية شخصيته.

إظهار المواهب وإعطاؤها فرصة للتدريب.

تنظيم السمر:

لجنة النظام:

إرشاد المدعوين للأماكن المخصصة.

ملاحظة النظام فى المنطقة الخاصة بكل منها.

لجنة الاستقبال: استقبال كبار المدعوين والترحيب بهم واصطحابهم لأماكن جلوسهم.

لجنة المسرح: مختصة بالإشراف على عملية تجهيز المسرح.

لجنة إعداد مكان الحفل: اختيار مكان من كراسى ولافتات إرشادية.

لجنة المشتريات: لشراء إكسسوار مكياج وجوائز واستئجار ملابس وحصر طلبات مختلف اللجان للشراء مرة واحدة.

لجنة البرامج: وضع البرنامج وترتيب وتنظيمه وتشجيع الأعضاء على التأليف والاستعانة بعد تقييمها.

لجنة التنسيق: تتكون من مقررى أو رؤساء اللجان، وهى مسئولة عن الحفل منذ كونه يخرج العمل متكاملاً.

أنواع السمر:

حفلة سمر

حفلة السمر " حفلات المنوعات ".

سمر الرحلات.

أولا: حلقة السمر:

توضع الكراسى فى شبه دائرة " حدوة الفرس " وتقدم الفقرات من فتحة الحدوة ولا تحتاج لميكروفون لقلة عدد الحاضرين.

برنامج حلقة السمر:

يحتوى على ألعاب تعارف ومسابقات وأغانٍ جماعية.

يقوم البرنامج على أساس اشتراك كل الاعضاء.

أن يكون البرامج مشوقًا وجذاباً.

تنوع الفقرات فى التقديم.

يراعى انتقاء مقدم البرنامج، ويكون لبقا فى تصرفاته.

الانطباع الأخير يدوم وينتهى

ثانيا: حفلة السمر " حفلة المنوعات ":

هذا النوع يجد إقبالا؛ فهو يجمع بين التمثيل والموسيقى والمسابقات، برنامج الحلقة:

تمثيليات قصيرة

تواجد العنصر الموسيقى.

غناء فردى وجماعى

تفهم مقدم البرنامج.

ثالثا: سمر الرحلات

لابد أن تكون الرحلة طويلة المدة فى السفر، ويتم عمل مسابقات أثناء السفر.

إقامة حفل صغير فى المكان الذى تصل إليه الرحلة

فقراته خفيفة ومسابقات سريعة.

مهارات الرحلات الإعلامية

أهدافها:

تمثل وقتًا طيبًا للأعضاء وفرصًا لاكتساب خبرات ومعلومات والتعريف على مجتمعهم ووسيلة لتنمية العلاقات الاجتماعية.

أنواع الرحلات:

رحلات علمية: يهدف أعضاؤها لدراسة مباشرة مثل الآثار أو البيئات المختلفة.

رحلات ثقافية: يهدف أعضاؤها للتزويد بالمعلومات المختلفة كزيارة المتاحف.

رحلات رياضة: تحتاج لمجهود بدنى كبير كرحلات المناطق الصحراوية أو مشاهدة المباريات

رحلات ترويحية: تعتمد على قضاء وقت مرح يسعد فيها الأعضاء كزيارة الحدائق والمصايف.

رحلات بيئية: يقوم فيها الأعضاء بزيارة إحدى المؤسسات المحيطة بالبيئة.

رحلات داخلية: تكون داخل الحدود الجغرافية بالمدينة وتهدف للتعرف على بلادهم وطبيعتها ومواردها.

رحلات خارجية: وتكون خارج المدينة وتستغرق أكثر من يوم أو رحلات بعيدة.

الإجراءات الأساسية لإعداد وتنفيذ الرحلة:

المرحلة التمهيدية (الإعداد): لابد من مشاركة الأعضاء فى كافة الإجراءات بين تحديد للرحلة وتحديد الأدوات والإمكانيات وأخذ الموافقة من الجهات المسئولة وكذلك التصاريح اللازمة للزيارة وتحديد البرنامج وتحديد زمنى واضح وإعداد سجل خاص لبيانات كل عضو، وتوزيع برنامج الرحلة وتعليماتها على جميع الأعضاء للمحافظة على النظام.

المرحلة التنفيذية: وهى عملية مهمة يتضح من خلالها نجاح أو فشل الرحلة، ولابد من تأكيد الأخصائى فى البداية على التعليمات الأساسية المتعلقة بالنظام والسلوك وبدء الرحلة فى ميعادها وتحديد لجنة للبرنامج وتنفيذ باقى الأعضاء.

المرحلة التقويمية: هى عملية مهمة وتشمل تقديم الخطوات الأساسية التى سارت عليها الرحلة وتقديم البرنامج ومحتوياته وكذا:

إعداد البرامج لتحقيق الأهداف

المستفيدين من حيث العدد وشروط العضوية.

تحديد المكان المناسب.

اختيار الجهاز الوظيفى (فنى - إدارى - عمال).

إعداد برنامج المعسكر.

البرنامج العام:

لابد من أن يتفق مع أهداف المعسكر.

يكسب الأفراد مهارات.

مرن يمكن تعديله لتحقيق الأهداف.

يدرب الأعضاء على الاعتماد على النفس.

يتيح الاندماج للأعضاء.

البرنامج اليومى:

- الاستعداد الشخصى، تهوية أماكن النوم.

طابور رياضى وخدمة عامة ونظافة المعسكر - تناول وجبة الإفطار.

التفتيش على الخيام أو عنابر النوم.

طابور العلم وتحيته وتعليمات المعسكر.

برنامج النصف الأول من اليوم.

تناول وجبة الغداء

راحة وجبة الغداء

راحة إجبارية ساعتان

برنامج النصف الثانى من اليوم.

وجبة العشاء.

نشاط ترويحى (السمر).

(ج) تحديد مكان المعسكر:

سواء ملك الهيئة أو مستأجر، ويحدد طبقا لنوعه وأهدافه، سعته مناسبة وأرضه مستوية، وبه مياه شرب صالحة ويكون هادئًا.

مهارة تقييم البرامج الإعلامية التربوية:

يتم تقيم البرامج التربوية وفقا للعناصر التالية:

فلسفة البرنامج.

أهداف البرنامج.

أولا: مهارات التمهيد للمحاضرة:

- إثارة انتباه المتعلمين لموضوع المحاضرة:

يمهد مقدم البرنامج للدرس بمقدمة تثير اهتمام المتعلمين إلى موضوع الدرس قبل عرضه.

يوضح مقدم البرنامج الأهداف الإجرائية التى يرجى تحقيقها فى نهاية الحلقة.

يعرض مقدم البرنامج الموضوع الذى سيتم شرحه.

يهيئ مقدم البرنامج أذهان المتعلمين للدرس، الأسئلة الافتتاحية او ربط الدرس بالدرس السابق.

- أهداف البرنامج:

يصوغ أهداف البرنامج بطريقة سلوكية واضحة وبسيطة يفهمها المشاهد.

تكون الأهداف متنوعة من حيث المستوى (عال - متوسط - أقل من المتوسط).

تكون الأهداف متنوعة من حيث المجال (معرفية وجدانية - مهارية).

ترتبط أهداف البرنامج بالبيئة والمجتمع من حوله.

(ج) - التمكن من بنية المادة العلمية:

١ـ يعرف مقدم البرنامج المصطلحات والرموز الجديدة المستخدمة فى البرنامج.

٢ـ شرح ودعم الأسئلة وخاصة المفاهيم المجردة والتطبيقات الحياتية.

٣ـ ينقل مقدم البرنامج المتعلم من خبرة إلى خبرة بربط المفاهيم والحقائق ببعضها.

(د) توافر وسائل الاتصال بين مقدم البرنامج والمتعلمين:

١- يدعى بعض التلاميذ للاشتراك فى تقديم الحلقة مع معلم التليفزيون فى بعض الحلقات.

٢- تتيح وسائل الإتصال مثل رقم تليفون أو فاكس للتلاميذ للاتصال بالاستديو وتوجيه أسئلتهم.

٣- توفر عنوان للبريد العادى والبريد الإلكترونى لإتمام المراسلة.

(هـ) اتساع وعمق المحتوى وفقا لمستوى خصائص المتعلمين:

يلائم المحتوى خصائص نمو التلاميذ.

يناسب المحتوى بيئة المجتمع.

يراعى المحتوى ترابط المادة العلمية بالمواد الأخرى.

يراعى دقة المحتوى وسلامته العلمية.

ثانيا: مهارات مقدم البرنامج:

- تمتع مقدم البرنامج بمجموعة من السمات الشخصية الاجتماعية الجيدة:

يظهر مقدم البرنامج بمظهر حسن، هادئ، باسم الثغر لإيجاد الألفة بين المتعلمين.

يعرف مقدم البرنامج نفسه ووظيفته فى بداية أول حلقة يقدم فيها برامج تعليمية.

يظهر مقدم البرنامج بشخصه فى بداية الحلقة ونهايتها.

يكون لديه خبرة طويلة فى مجال تدريس المادة العلمية.

(ب) القدرة على التواصل مع التلاميذ:

يستخدم مقدم البرنامج ضمائر المخاطبة لكى يشعر التلميذ أنه معهم.

يستخدم مقدم البرنامج مفردات واضحة ومألوفة للمتعلم.

يختار مقدم البرنامج التوقيت المناسب للتوقف والاسترسال عند نقطة معينة.

تكون لديه القدرة على توصيل المعلومات للتلاميذ فى أبسط صورها.

يوظف مقدم البرنامج أدوات الإشارة المناسبة فى عرض الدرس:

- نبرات الصوت.
- الألوان.
- الومضات.
- المؤشر الضوئى.

(د) إتقان استخدام الوسائل والمواد التعليمية وتوظيفها فى العرض:

يستخدم مقدم البرنامج أثناء الدرس الوسائل التعليمية بطريقة صحيحة.

يتصرف مقدم البرنامج بذكاء فى بعض المواقف التى يتعرض لها.

يجيد مقدم البرنامج التعامل مع الآلات التقنية الحديثة وكاميرات التليفزيون.

ثالثا: طرق ومداخل التدريس:

تنوع طرق التدريس المستخدمة فى الدرس الواحد:

ينوع مقدم البرنامج من طرق التدريس تبعا لخصائص المادة.

- طريقة الاكتشاف.
- طريقة الإلقاء.
- حل المشكلات
- الاستقصاء .
- طرح الأسئلة.

٢ـ يستخدم أكثر من مدخل لتقديم محتوى الدرس:

- الألعاب التعليمية.

- الأحداث الجارية.
- المدخل الدرامى.
- العرض لبعض الدراسات الميدانية فى تدريس الدرس.

يستخدم أساليب عرض متنوعة لإثارة أذهان التلاميذ.

يوظف التقنيات التربوية الحديثة فى طريقة تدريس المادة العلمية بطريقة سليمة.

(ب) مناسبة طريقة التدريس لمستوى التلاميذ:

تناسب طريقة التدريس لخصائص نمو التلاميذ.

تشجع التلاميذ على التأمل والتفكير فى حياتهم وخبراتهم الشخصية.

تساعد التلاميذ على إتقان مهارات التعلم الذاتى.

رابعا الوسائل التعليمية:

مهارات استخدام الوسائط التعليمية فى المواقف المختلفة بإتقان:

تستخدم تقنيات الوسائل التعليمية الحديثة فى الدرس التعليمى.

يتنوع استخدام مصادر التعلم المختلفة.

تكون حديثة الإنتاج والصنع.

توظيفها فى أوقاتها المناسبة:

تقدم الوسيلة فى الوقت المناسب فى عرض محتوى الحلقة.

تنوعها باختلاف الدرس المشروح.

توضح من خلالها المعلومات بصورة ميسرة للتعلم.

يتحقق الهدف الرئيسى من استخدامها فى الدرس التعليمى.

(ج) توفر مقومات الإنتاج الفنى الجيد فى الوسائط التعليمية:

تنوع استخدام خطوط وألوان مناسبة للوسيلة.

يوضح ويبسط الوسيلة.

يراعى أحجام مناسبة للوسيلة مثل النماذج والعينات.

تكون الوسيلة مناسبة للإمكانيات التليفزيونية ومكان البث.

تكون أسئلة التقويم واضحة ومفهومة.

خامسا: أساليب التقويم:

ينوع مقدم البرنامج أساليب التقويم ما بين التقويم المستمر والتقويم البعدى.

ترتبط الأسئلة فى البرنامج بالمحتوى والأهداف.

تقيس الأسئلة مدى تحقق الأهداف التعليمية للبرنامج.

(ب) يوفر التقويم فرصا لتنمية عملية التفكير ومهاراتها.

١ـ تثير الأسئلة التفكير الإبداعى لدى التلاميذ.

٢ـ تحدد أسئلة فى التقويم للتلاميذ لذوى المواهب الخاص.

٣ـ يوجه التلاميذ إلى استخدام المراجع والمصادر الخارجية للتعلم.

٤ـ يكون فى ختام الحلقة التعليمية سؤال تقويم تحضيرى لموضوع الدرس القادم.

٥ ـ ينمى من خلالها القدرة على التفكير لدى التلاميذ.

سادسا : الأنشطة:

توجيه مقدم البرنامج التلاميذ لممارسة بعض الأنشطة:

وجه التلاميذ أثناء مشاهدة البرنامج كأن (بدون عناصر الصورة -يكمل بعض البيانات - يقارن محتوى صورتين على الشاشة).

يوجه التلاميذ عقب مشاهدة البرنامج كأن (يحل بعض التمارين - يقرأ جزءًا من الكتاب - يمارس بعض التطبيقات العلمية).

سابعاً - إنهاء الدرس:

يهتم مقدم البرنامج بتحدى بعض الواجبات المنزلية للمشاهدين.

ينوه مقدم البرنامج عن الدرس القادم.

مواصفات الاعلامى:

هناك العديد من المهارات التى يجب أن يتحلى بها الإعلامى التربوى:

الرسالات السماوية هى الفلسفة التى ينطلق منها الإعلاميون التربويون.

الإيمان بحقوق الإنسان الدينية والسياسية والاجتماعية.

أن يكون من خريجى شعب الإعلام التربوى أو أقسام الإعلام بكلية الإعلام أو الآداب ثم التحق بالدبلومات التربوية أو خريجى كليات التربية والتحق بالدراسات العليا وحصل على دبلومات فى الإعلام.

الخلو من التشوهات الخلقية والجسمية التى تعيقه عن أداء وظائفه.

أن يكون سويا خاليا من الأمراض العقلية والنفسية والعصبية والاجتماعية.

الحصول على دورات تدريبية التى تعد خصيصا للتأهيل لوظيفة محددة.

إجادة اللغة العربية والإنجليزية نطقا وكتابة.

أن يكون معايشا لمشكلات المجتمع الذى يعمل فيه وقادرا على المشاركة فى حلول هذه المشكلات.

لديه موهبة الإبداع والابتكار وحل المشكلات.

واسع الثقافة مطلع مجدد فى مهنته.

لديه الحجج الإقناعية عند تناوله لقضية محددة.

يتقن المهارات المهنية اللازمة لعمله.

التحلى بآداب الحوار وقواعد السلوك الاجتماعى العام.

لديه المهارة فى إدارة الأزمات أثناء العمل.

شجاعا يجسد الحرية الإعلامية ويحافظ عيها.

أن يتسم بالحيدة والدقة والموضوعية فى مهنته.

الحرص على الالتزام بميثاق الشرف المهنى.

إتقان العلاقة المهنية مع رؤسائه وزملائه فى العمل.

الاطلاع على الأبعاد الاجتماعية والقانونية والتشريعية والاقتصادية الخاصة بمهنته.

أن يكون ملما بفلسفة وخصائص ونظريات ووظائف ودور الإعلام التربوى فى المجتمع، وخاصة الحرص على تنقية الرسالة الإعلامية من الشوائب وعلى تحصين المواطن المتلقى للرسالة الإعلامية.

الحرص على تقييم عمله بصفة مستمرة وفقا للمعايير العلمية.

تقبل نقد الآخرين بروح عالية، ويستثمر النقد فى تجويد عمله، ويستفيد من التقييم المستمر لأدائه من قبل المتخصصين والخبراء والمسئولين والجمهور.

أن يستفيد من التطورات المهنية العالمية وأن يلتزم بمعايير الجودة الجديدة فى مهنته.

أن يكون عف اليد واللسان.

أن يكون محبا لعمله مخلصا له متفانيا من أجله.

مهارات الاتصال الفعال

إن الهدف الأساسى لعملية الاتصال هو التأثير فى الآخرين سواء لإقناعهم بأمور واتجاهات معينة مرغوبة وتعزيز الاتجاهات لدى الجمهور، أو لتغير قيم وأمور غير مرغوبة فى المجتمع.

ولزيادة القدرة على إحداث هذا التأثير فى الجمهور المتنوع لابد أن تتوافر بعض المهارات الاتصالية المختلفة لدى القائم بالاتصال (المرسل) وبين المستفيد من عملية الاتصال (المستقبل).

أى لابد بالضرورة من توافر مهارات معينة لدى طرفى عملية الاتصال (المرسل ـ المستقبل).

فالقائم بالاتصال بحكم عمله يجب أن تتوافر لديه مهارات الاتصال اللازمة لتوصيل المعلومات والخبرات والأفكار والآراء والمشاعر لإحداث التأثير فيهم وبتوافر هذه المهارات الاتصالية فى المرسل يتمكن من إقناع الجمهور المستهدف وتوصيل المعانى الصريحة والضمنية لرسائل القائم بالاتصال بكل دقة ووضوح.

على الجانب الآخر فلابد من توافر مهارات اتصالية معينة لدى المستقبلين كى يتمكنوا من استيعاب وفهم المقصود من الرسائل الإعلامية المتنوعة سواء أكانت رسائل مذاعة أم مقروءة.

وتتمثل مهارات الاتصال بالنسبة للمرسل (القائم بالاتصال فى):-

مهارة الحديث.

مهارة السؤال.

أما مهارات الاتصال بالنسبة للمستقبل (متلقى الرسالة الإعلامية فتتمثل فى:

مهارة الإنصات (الاستماع).

مهارة القراءة.

مهارة الكتابة.

مهارة الإنصات (الاستماع).

تمثل مهارة الإنصات الوجه الآخر لمهارة الحديث، ومن الاثنين معا يتحدد طرفا عملية الاتصال الرئيسيين (المرسل _ المستقبل) حيث يقوم الأول بوضع أفكاره فى رموز يقوم الثانى باستقبال هذه الرموز وترجمتها عبر أجهزة الاستماع والإدراك لديه، فلكى يستجيب بوضوح للطرف الآخر لابد أن يصغى إلى الرسائل المرسلة وبدون هذا الإصغاء والإنصات الجيد تفشل أساسا عملية الاتصال، والقائم بالاتصال الناجح فى عمله وفى إقناع الآخرين والتأثير عليهم يكون فى الغالب أكثر قدرة على الإنصات ويدرك أكثر من غيره مدى أهميته.

فالإنصات يجعلهم يرقبون المستمع كما يجعل المستمعين يرقبون المتحدث فى حركاته وفى سكناته وفى لهجته ونبرة صوته، والمستمع الذى يفعل ذلك سوف تتضح له أمور كثيرة، ويصبح أكثر استعدادا للاستماع وأكثر قابلية للآراء التى يقصدها المرسل.

والاستماع مهارة أساسية للفرد يتعلمها فى بداية حياته منذ نعومة أظافره، فالطفل يتعلم الاستماع قبل الكلام، ويبدأ فى استجابته للعالم الخارجى من خلال السماع ،فالاستماع أول مهارات الاتصال وأساس للمهارات الاتصالية الأخرى.

أهم العناصر التى يتكون منها الاتصال الشفاهى:-

وتتلخص عناصر الاتصال الشفاهى فى التفكير، والكلام، ثم الاستماع.

أولا مهارة الاستماع (الإنصات)

ويمثل الاستماع وسيلة أساسية للحصول على المنبهات الخارجية. وتزيد أهميته عن الإبصار فى المواقف التى لا تتوافر فيها الظروف المناسبة للإبصار السليم.

وللسمع أهمية خاصة تجعلها فى المرتبة الأولى عن باقى الحواس وبخاصة البصر وذلك للأسباب الآتية:-

إن السمع هو أسبق حواس العقل إلى وصل الإنسان بالكون.

تعلو حاسة السمع حاسة البصر فى اتساع المدى وفى القدرة على الشمول والإحاطة.

فالإنسان يرى فى اتجاه واحد. فى حين أنه يتلقى الأصوات فى آن واحد من كل الاتجاهات.

يفقد الإنسان حاسة البصر ومع ذلك يظل على اتصال بالجماعة التى يعيش فيها بفضل حاسة السمع. أما الأصم فتنقطع صلته بالجماعة.

إن الاستماع شرط أساسى فى النمو اللغوى بصفة عامة ويأتى فى المرتبة الأولى من حيث ترتيب المهارات الاتصالية زمنيا فى إطار النمو اللغوى. فالاستماع

يمكننا من استخدام اللغة وتبادل الكلام. واللغة هى حجر الزاوية فى سلوكنا الاجتماعى، ولهذا فللسمع أهمية حيوية بالنسبة للإنسان.

إن الاستماع يقوى انطباعات الود والصراحة، ويغذى بالمشاركة عن طريق توفير الفرصة للفهم الكامل والدقيق للآخرين.. فالاستماع هو العلاقة الأساسية التى يمكن أن تدل على أن إنسانا يبدى اهتماما بآخر ويتفهمه، وذلك فى أى موقف وفى الوقت نفسه يوفر لنا الاستماع فرصة جيدة للتعامل مع الآخرين والتعاون معهم، وحتى وإن كنا لا نشعر نحوهم بالود.. وذلك من خلال التعرف على أفكارهم وآرائهم ومشاعرهم ودوافعهم المختلفة.

اكتساب خبرات الآخرين:- فالاستماع يوسع مدارك الفرد ويزيد قدرته على الفهم من خلال التعلم من الآخرين.. فتتعلم كيف يفكر الآخرون.. وماذا يفعلون تحت نفس الظروف وإزاء نفس المشكلات التى نواجهها.

تزويدنا بمعلومات جديدة:- فالاستماع إلى العلماء والخبراء والمتخصصين والمدراء يزودنا بمعلومات وأفكار وإرشادات ومصطلحات جديدة فى مجالات العمل والحياة المختلفة. فهو وسيلة سريعة وأكثر كفاءة لجمع المعلومات أكثر من القراءة ولنقل اهتمامات وأفكار الآخرين.

تحسين العلاقات الاجتماعية:- وفى إطار الحياة الاجتماعية يزودنا الاستماع بالمعلومات الضرورية للفهم الكامل للآخرين.. مما يسهل مهمة التفاعل معهم والتأثير عليهم.

التفاعل مع البيئة الخارجية:- فالاستماع يساعدنا فى اكتشاف البيئة وبالتالى التكيف معها بالصورة التى تحفظ لنا حياتنا.

تأكيد أهمية الحديث:- فعندما ننجذب إلى شخص آخر وننصت إليه باهتمام، سواء أكان يتحدث فى محاضرة عامة، أو يحدثنا عن مشكلاته العاطفية، أو عن متاعبه فى العمل، فهذا يعنى أهميته كمتحدث.

إثارة الإعجاب والسرور فى النفس:- فالاستماع أحد المصادر الأساسية للإعجاب والسرور.. فالاستماع للموسيقى، وللأعمال الدرامية فى الإذاعة

والتليفزيون والسينما والمسرح، والاستماع لكلمات الحب وأحاديث الود، كلها مصدر للشعور بالإعجاب بالصورة التى تدخل السرور فى نفوسنا.

تقييم الأمور:- فمن خلال الاستماع نتلقى يوميا عشرات الرسائل التى تحثنا على الاستماع لبرنامج أو لقراءة كتاب.. أو لتشجيعنا على أداء عمل معين.. فكل شخص يريد أن يؤثر علينا.. وهذه المعلومات تساعدنا على وزن الأمور وتقييمها، واتخاذ المواقف المختلفة.

الفهم:- وهو الهدف الأساسى للاستماع.. فنحن نستمع للمناقشات والأحاديث والمحاضرات والندوات وللإذاعة والتليفزيون، ولغير ذلك من المصادر، لنفهم أولا.. ثم لنستفيد مما نسمعه.. والفهم لا يعنى قبول كل ما يعنيه المتحدث.. ولكنه ضرورى لهذا القبول وضرورى لتحقيق الاستجابات الصادرة عنا.

وعندما نتناول مهارة الاستماع فلابد أن نفرق هنا بين مصطلحات أساسية لفهم هذه المهارة منها:-

مصطلح السمع – مصطلح الاستماع – مصطلح الإنصات – مصطلح الإصغاء

السمع، كما جاء فى المعجم الوجيز: قوة فى الأذن تدرك بها الأصوات:"وسمع" لفلان أو إليه أو إلى صديقه – سمعا وسماعا: أصغى وأنصت، والاستماع من "أسمعته" أى أصغى إليه.. وأصغى، بمعنى أحسن الاستماع.

وعلى هذا فإن الاستماع والإنصات كما يشير المعجم يفيدان معنى حسن الاستماع والإصغاء. وكذلك السماع.. وهذا الاتفاق فى المعنى يتفق مع طبيعة الحضارة العربية التى اعتمدت أساسا على السماع وحسن الإصغاء.

واصطلاحا:-

يفرق العلماء بين السمع والاستماع.. فالسمع hearing يتعلق بوظيفة الأذن فى تلقى المثيرات الصوتية فى حدود القدرة السمعية للإنسان يمثل حلقة من حلقات الاتصال اللغوى بينه وبين بنى جنسه. والوظيفة الأساسية لجهاز السمع، هى استقبال الاهتزازات الأكوستيكية وتحويلها إلى إشارات تنتقل عبر عصب السمع إلى المخ.

وهذا يعنى أن الاتصال يعتمد لكى يكون ناجحا على درجة ومستوى الاستماع.

ويمكننا التعرف على مستوى الفهم عن طريق رجع الصدى أو ما يسمى بالتغذية المرتدة.

وهذه التغذية المرتدة أو رجع الصدى ليس بالضرورة كلاما منطوقا، بل قد تكون على شكل إشارة أو لمحة من المستمع للمتحدث، تدل على أن المعنى المقصود قد وصل بوضوح إلى فهم السامع. أو تدل على العكس، مما يستدعى قيام المتحدث بإعادة الرسالة بطريقة أوضح.

فالإنصات والإصغاء أكثر من مجرد استقبال للصوت.. بخلاف السمع الذى يحدث لمجرد استقبال الأصوات الخارجية.. ولا يتطلب تفاعلا ومشاركة نشطة.

ولا يختلف معنى الاستماع عن معنى كل من الإصغاء والإنصات.. فهو أيضا يتعلق بمدى انتباه الفرد إلى المعانى المتضمنة فيما يقوله المرسل.

وعلى هذا فالسمع والسماع غير الاستماع.. الاستماع هو نفسه الإنصات والإصغاء. وهذا التراوح فى المسميات للدلالة على عملية ذات طبيعة خاصة، يرجع إلى غنى اللغة العربية بمفرداتها.. وميل الباحثين إلى استخدام مفردة دون أخرى. أما فى اللغة الإنجليزية فتستخدم كلمة listening للدلالة على نفس المعنى الذى تضمنته المفردات الثلاثة.. الإصغاء –الاستماع –الإنصات، والتى هى نفسها تتضمن معنى الفهم والتفاعل مع المرسل، أو حسن الاستماع كما أشرنا سابقا.

وكلمة يستمع listen فى اللغة الإنجليزية استخلصت أساسا من كلمتين انجلوساكسونيتين هما hylstan بمعنى السماع، وكلمة hlosnian ومعناها أن تنتظر مترقبا فى حيرة.. وهى نفس ما تتضمنه كلمة listening.

ويذهب العلماء إلى أن الاستماع كنشاط سمعى وكعملية عرفت منذ عرف الإنسان طريقه لاستقبال المعلومات بطريقة شفهية.

وتوجد تعريفات عديدة للاستماع أهمها:–

تعريف فلويد 1985: - الاستماع هو السماع والانتباه والفهم والتقويم والاستجابة للرسائل المنطوقة.

تعريف ميكبورنى، وراج 1975 : -الانتباه لكل من المنبهات اللفظية وغير اللفظية للحديث.

تعريف جمعية الاتصال الخطابى الأمريكية 1984 : -الاستماع هو عملية استقبال واستيعاب الأفكار والمعلومات من الرسائل الشفهية. أما الاستماع الفعال فيتضمن الفهم النقدى والواقعى للأفكار والمعلومات التى تحصل عليها عن طريق اللغة الشفهية.

التراث العربى ومهارة الاستماع:-

اعتمدت الحضارة العربية على السماع.. فمهارة الاستماع من المهارات المهمة فى العملية اللغوية.. وفى نقل التراث من الماضى إلى الحاضر. فقبل اختراع المطبعة، كان العلماء يعتمدون على سماع الروايات المنطوقة فى نقل هذا التراث. وكانت الكتابة تأتى بعد عملية سماع المادة الثقافية. بمعنى نقل هذه المادة ثم كتابتها. وهذا ما يؤكد على أهمية الاستماع.. فالذى يسمع الحديث جيدا يستطيع التعبير عنه ونقله بدقة أكثر من الذى لا يجيد هذه المهارة.

ولذلك كان العرب يرسلون أبناءهم إلى البادية لسماع اللغة من معينها.. ولقد اكتسب الرسول ـ صلى الله عليه وسلم ـ فصيح اللغة فى مضارب البدو. وعند قبيلة بنى سعد. حيث رضع بين أبنائها. وغادرها وعمره أربع سنوات.

ولقد نقل العرب تراثهم الضخم عن طريق الرواية والنقل. وهى فى الأصل طريقة سماعية، إذ أن نقل الرواية شفاهة كانت تعتمد على سماعها.

ولا غرابة إذا ركز القرآن الكريم على ضرورة تنمية حاسة السمع وفضلها على باقى الحواس الأخرى بما فيها حاسة البصر، باعتبارها من أقوى الحواس التى تساعد على إدراك المواقف المحيطة، وباعتبارها رمز الهداية وأداة الإيمان.

عناصر عملية الاستماع (الإنصات)

تحدث عملية الاستماع عندما يوجد متحدث يضع فكرة فى كود، ومستمع يفك الكود، ويحاول تفهم ما يقال، ويحدد الاستجابة التى على ضوئها سيستمر الشخص الآخر فى الحديث، أو سيتحول ليأخذ دوره فى الاستماع.. وفى خلال هذه العملية تتداخل الكثير من العوامل البيئية المنشطة، أو المحبطة لعملية الاستماع.. كما تتداخل كثير من العوامل الإدراكية لتحديد طبيعة عملية الاستماع ذاتها.

وفيما يلى يمكننا أن نحول عملية الاتصال السماعى إلى مجموعة العناصر التالية:-

المتحدث

الرسالة

المستمع

الإدراك

بيئة الاستماع

التشويش

رجع الصدى

أولا: المتحدث (المرسل):-

هو الشخص الذى يضع فكره فى كود.. ويعد أحد العناصر الرئيسية فى عملية الاستماع.. وتتوقف فاعلية الاستماع على مجموعة من العوامل المتصلة بالمتحدث وأهمها ما يأتى:-

سرعة حديث المرسل:-

المعدل الطبيعى للحديث كما انتهت إلى ذلك البحوث يتراوح من 125إلى 175 كلمة، بينما المعدل التفكير يتراوح ما بين 400 إلى 800 كلمة فى الدقيقة. والفرق

بين معدل الحديث ومعدل التفكير، يعطى الفرصة للمستمع للاستيعاب ولتنظيم ما يحصل عليه من معلومات وتقييمها، وتصور ما لم يقله المتحدث ولتحديد الاستجابة.

ويمكن تحسين عملية الاستماع عن طريق الاستفادة من هذا الفارق فى إجراء هذه العمليات العقلية.

هنا العديد من الاعتبارات يجب مراعاتها لكى يتم فهم الحديث جيدا من أهمها:-

من الضرورى للمتحدث إجراء الحديث بالمعدل المعتاد.. أما إذا زاد معدله إلى 300 كلمة فأكثر، فإن الاستماع سيصبح أكثر صعوبة. وكذلك إذا قل المعدل كثيرا عن المعدل الطبيعى. فإن الاستماع يصبح من الصعوبة بمكان.

ينبغى مراعاة طبيعة المحادثة.

ودرجة صعوبة ما تضمنه المحادثة من أفكار.. فالأحاديث العلمية فى المحاضرات والندوات تحتاج إلى معدل أقل من سرعة أحاديث السمر، لضمان توفير فترة زمنية أطول للاستيعاب.

لغة المرسل (لهجة المرسل):-

لهجة المتحدث الواضحة والمفهومة للمستمع تؤثر على مدى فاعلية عملية الاستماع.. ولذلك إذا كان المتحدث يتحدث باللهجة المحلية، فعليه التأكد أولا من أنها مفهومة للمتلقى، حتى لا يفقد انتباه المتحدث.. كما أن عليه، ألا يتحدث بطريقة رتيبة، وأن يتجنب التمتمة والغمغمة.

درجة الانفعال:-

المتحدث الجياش المشاعر والمقتنع بما يقول أكثر قدرة على جذب المتلقى وعلى جعله يستمع بعناية وبدقة للرسائل اللفظية.. ويقوى التفاعل بينهما فى ظل هذه الظروف.. ويلاحظ أن زيادة درجة الانفعال لدى المستمع وإن كانت ستجعله يعطى

اهتماما أكثر للرسالة العاطفية للمتحدث وقد تأتى بنتيجة عكسية نتيجة للانفعال الزائد فقد لا يستوعب المعلومات المهمة.. ولذلك فلابد من الانتظار لفترة لتهدأ العاطفة.. وعندما تبدأ المشاعر العاطفية فى التناقص تبدأ المناقشات المنطقية. وتستمر عملية الاتصال.

مكانة المتحدث:-

تؤثر مكانة المتحدث على درجة فهم واستيعاب الحديث.. فالمتحدث صاحب السلطة أو النفوذ أو الخبرة يتزايد اهتمام المتلقين بما يقوله.. وكذلك أيضا إذا كانت للمتحدث جاذبية أو مصداقية لدى المتلقى، فإن المتلقى يستمع لما يقوله ويتأثر به.

ثانيا:- الرسالة:-

هى محصلة وضع فكر المتحدث فى رمز.. وتمثل النتاج المادى والعقلى للمصدر.. وفى حالة الاتصال الشفهى يعتبر الحديث أو الكلمات المنطوقة هى الرسالة.. والمعانى التى ينقلها المتحدث يمثل الكلام المنطوق جزءا منها.. أما باقى المعانى فتكمن خارج الكلمات المنطوقة.. فى طريقة نطق الكلام والحركات التى يقوم بها الفرد، وغير ذلك من مكونات اللغة غير اللفظية. وهذه تعطى مدلولات أو معانى تتفق أو تختلف أو حتى تتناقض مع ما يقوله المتحدث من كلمات.

تؤثر طبيعة الرسالة على عملية الاستماع من جوانب متعددة منها:-

جانب الألفاظ والمعانى:-

فإذا كانت الرسالة غير واضحة أو تفتقد للترابط المنطقى فى بنائها فإنه سيكون من الصعب فهم محتواها.

إذا كان المتحدث نفسه غير مهتم بالموضوع أو غير مقتنع أو ليس لديه ما يضيفه للمتلقى.. فحينئذ لن تكون الرسالة واضحة وفى هذه الحالة فمن الضرورى للمتلقى أن يقاطع المتحدث بأسئلة استيضاحية لفهم ما يقول.

إذا كانت الرسالة تحمل أهمية أو معنى خاصا لدى المتلقى.. فإن الفهم سيكون على أعلى مستوى.

عندما تحمل الرسالة قيما، واتجاهات أو وجهات نظر تتفق مع المتلقى فإن الاستماع سيكون سهلا.. فمعظم الناس يميلون للمعلومات التى تؤكد وجهات نظرهم.

عندما يحمل الكلام أفكارا ومعتقدات معارضة لقيم المتلقى وذلك لرغبة المتلقى فى تقييم الرسالة غير المتوقعة والتعرف بنفسه على وجهات النظر المعارضة.

تتأثر المقدرة على فهم عملية الاتصال بمدى صعوبة المعلومات التى تتضمنها رسالة المبحوث.. ولهذا يلاحظ بالنسبة للمعلومات المعقدة ضرورة تخفيض معدل سرعة النطق لتعطى المستمع الفرصة لاستيعاب هذه المعلومات بطريقة متكاملة.

جانب الصوت:-

من المهم هنا تسجيل أهمية الصوت لعملية الاستماع.. فاستخدام المتحدث لصوت خفيض يجعل عملية الاستماع صعبة.

فإذا لم يستطع المتلقون سماع ما يقوله المتحدث.. فإنهم يصبحون غير منتبهين، أو يشغلون أنفسهم بأشياء أخرى، أو يدخلون فى مناقشات مع من يجاورونهم، وتبدأ بالتالى سلسلة من ردود الأفعال. وبسرعة، تنتشر أحاديث الهمس المعتادة بينهم.

ولا يكفى أن يكون صوتك جهوريا. وإنما تأكد من أن كل شخص من المتلقين يسمع ما تقول.. وتأكد بنفسك من درجة وضوح الصوت بالنسبة لمن هم فى آخر القاعة، وإلا فيجب أن تتخذ الترتيبات اللازمة لتزويد القاعة بمكبر صوت. ولا مانع من سؤال الجمهور عند بداية الحديث عما إذا كانوا يسمعونك أم لا.

ويجب مراعاة تنوع نبرة الصوت فلا يصبح على وتيرة واحدة طوال الوقت.. وإلا تسبب فى نوم المستمعين؛ لأن صوتك سيصبح مثل صوت المنوم المغناطيسى.

لكن التنويع فى نبرة الصوت ارتفاعا وانخفاضا وفقا لدرجة التحمس والانفعال، يضفى جمالا على الحديث.. وقد تخفض الصوت إلى درجة الهمس للتأثير على الجمهور وجذب انتباهه.

وأيضا تستخدم نبرة الصوت للتأكيد على المعنى أو للتعبير عن المشاعر الهادئة أو عن المشاعر السارة. أو غير ذلك من المعانى التى يتحدث عنها الشخص.

المكونات غير اللفظية فى عملية الاستماع:-

ويقصد بها حركة الجسم وتعبيرات الوجه والبيئة المحيطة بالمتحدث والمستمع وأهم هذه العناصر:-

التعبير بالوجه:-

وإيماءات التعبير بالوجه عديدة.. فالناس تكثر من استخدام العيون والحواجب والفم واللسان والذقن والابتسامات. بالإضافة إلى الإيماءات بالأذرع والأيدى والأرجل والسيقان.. وقد أسفرت البحوث عن أكثر من مائة إيماءة مميزة للوجه واليد والجسم.

وعلى الرغم من ذلك، فإن كثيرًا من المتحدثين يهملون هذه الأنواع من الإيماءات، ويركزون ويستخدمون فقط أحبالهم الصوتية، وبطريقة آلية أثناء الحديث، مما يقلل من فرصهم في الاستماع الفعال من قبل المستمعين.

ويتضح لنا مقدار ما يخسره هؤلاء إن ركزنا على أحد التعبيرات الخاصة بالوجه فقط.

وهى العين.. فالعين بعد الصوت، تعتبر أهم أدوات التعبير للمتحدث المؤثر. فعندما تتحدث أو تستمع إلى حديث.. فأنت عادة طوال الوقت تنظر إلى وجه الشخص الآخر وتركز على العيون.. وهذا الاتصال عن طريق العيون يجعل أثر الاتصال يتعمق أكثر ويصبح ذا مغزى أعظم.. فالعيون تنقل رسالة إلى المتحدث "أننا قد فهمناك" وأحيانا العكس.. فتعمل عندئذ على مزيد من الشرح والتوضيح.

ويجب على المصدر أن ينقل عينيه بين المستمعين، وأن يجعلهما تتلاقيان مع عينى كل شخص يجلس فى القاعة.. وفضلا عما يوفره الاتصال بالعيون من دفء ومودة للحوار.. ومن إمكانية التأثير على المستمعين وجعلهم يوافقونك على آرائك ويقنعون بها.. بل كثيرا ما تعكس العيون المشاعر النفسية للمتحدث: الإعجاب، الغضب، التهديد، الارتياح، الإقناع، الموافقة.

حركة الجسد والأيدى:-

يمكن للمتحدث باستخدام جذع الجسم وحركته للأمام وللخلف وإلى الجانبين، وأيضا حركة الأيدى والأصابع أن يعزز معنى الرسالة والموضوع الذى يتحدث عنه.

وازدياد الحركات عن المعقول أو المناسب قد يشوه ويشوش المعانى، وقد تستخدم كدلالة على عدم ثقة المتحدث فى نفسه. أما بالنسبة للمتلقى، فالحركة الهادئة لجذع الجسم، وإسناد الجسم على ظهر الكرسى، فهى حركات مهمة لتشجيع أو تثبيط همة المتحدث فى الاستمرار فى الحديث.

وعلى الرغم من أن اليدين والذراعين تنتجهان غالبية الإيماءات فإن الجسد كله ينشغل فى إضفاء الكثير على الكلمة المنطوقة كوسيلة اتصال.

ثالثا:- (المتلقى) أو المستمع:-

وهو الطرف الأساسى فى عملية الاستماع. وهو الذى يستقبل المؤثرات الصوتية ويضفى عليها معنى معينا بعد تميزها وإدراكها.. وبه يتحقق هدف المتحدث من عملية الإرسال.. بل وتتوقف عليه أساسا عملية الإرسال ذاتها.. من خلال الإصغاء والاهتمام بالمتحدث أو الانصراف عنه بالكلية.

ولنجاح عملية الاتصال ينبغى أن تتوافر للمتلقى طبقا لما ذهبت إليه جمعية الاتصال الخطابى الأمريكية فى اجتماعها السنوى لعام ١٩٨٤ مجموعة من المقومات والقدرات الأساسية هى:-

القدرة على فهم اللغة الشفهية للحديث وتميز الأفكار الرئيسية.

القدرة على تحديد التفاصيل الفرعية.

تمييز العلاقات الواضحة بين الأفكار.

القدرة على استيعاب أو استرجاع الأفكار والتفاصيل الرئيسية.

وإضافة إلى هذه القدرات حددت الجمعية مجموعه من المهارات الأساسية التى ينبغى أن تتوافر للمتلقى والتى يتحدد على ضوئها مدى نجاح عملية الاتصال ذاتها وهى:-

الانتباه وسعه.. الأفق.

إدراك هدف المصدر.

التمييز بين جمل الحقيقة والرأى.

التمييز بين البراهين المنطقية والعاطفية.

ملاحظة مدى الحياد أو الانحياز للمصدر.

تمييز اتجاه المصدر.

تمييز التناقضات بين الرسائل الشفهية وغير الشفهية للمصدر.

استخدام الأسلوب الأمثل للاستماع.

وبالإضافة إلى ما سبق:-

تتأثر عملية الاتصال بكثير من الجوانب الخاصة بشخصية المتلقى ومدى قدرته على الاستماع بفاعلية وهذه العوامل هى:-

القدرة اللغوية:-

تشير البحوث إلى وجود علاقة ارتباطية بين القدرة على فهم الاتصال بفاعلية والمقدرة اللغوية.. وتتحدد المقدرة اللغوية بمقدار حصيلة المتلقى من الكلمات. فكلما كانت الحصيلة اللغوية أكبر كلما سهلت عملية فهم الاتصال.. وزادت مقدرة

المتلقى على فهم ما يسمعه واستيعابه بمعدل أكبر مما لو كانت الحصيلة اللغوية أقل.

الدافع للاستماع:-

فتوافر الدوافع للاتصال لدى المتلقى يجعله ينصت بفاعلية من ناحية.. ويتذكر بصورة أفضل المعلومات المقدمة من ناحية أخرى.. وقد يتواجد الدافع لدى المتلقى لرغبته فى الحصول على المعلومات المقدمة لإشباع غريزة حب الاستطلاع أو لتنمية مهاراته للترقى فى العمل.

القدرة على التنظيم:-

وتعنى قدرة المتلقى على التعرف على الأفكار الرئيسية فى الحديث وتنظيم المعلومات التى يحصل عليها فى فئات تصويرية متوافقة.

تنوع الأساليب والتقنيات الخاصة بالتركيز:-

كأن يتخيل المتلقى نفسه فى مكان المصدر محاولا أن يرى العالم بعينيه ليتمكن من فهم واستيعاب ما يقوله.. أو استخدام أسلوب المحاور مع المصدر لتثبيت الأفكار.. أو استخدام أسلوب الأسئلة الذاتية كأن يسأل نفسه أسئلة حول مجرى الحديث.

النوع:-

تشير دراسات عديدة إلى أن النساء أكثر قدرة على إدراك وتفسير الرسائل غير اللفظية (بوريسوف وميريل 1991) وأن النساء أكثر قدرة على فهم الرسائل الشفهية من الرجال.. أى أن الجنس عامل مهم فى التأثير على مدى فاعلية الاتصال.

الظروف الصحية والنفسية للمتلقى:-

فالمستمع الذى يعانى من مشكلات صحية فى الأذن، يكون أقل قدرة على الاستماع.. وكذلك المستمع المتوتر أو المريض نفسيا أو القلق.. ولذلك لابد من التعرف على الناحية الصحية والمزاجية لضمان فاعلية الاتصال.

رابعا:- الإدراك:-

يعد الإدراك أحد مكونات عملية التعامل مع المعلومات. فحين يستقبل النظام السلوكى المعلومات عن المثيرات المختلفة، يتم نقلها إلى منطقة متخصصة فى العقل لمعالجتها بالتحليل والبحث حتى يستخرج النظام منها الدلالات والمعانى التى يعتمد عليها فى اختيار أنواع الاستجابات التى تصدر عنه.

وعلى ذلك فإن مجرد استقبال النظام للمعلومات لا يكفى لإنتاج استجابات معينة، بل لابد أن تخضع تلك المعلومات للتحليل من جانب أجزاء متخصصة فى المخ تستطيع التوصل إلى المعانى الحقيقية التى تعكسها هذه المعلومات.

ويختص الجزء الأوسط من النظام السلوكى (الدماغ الإنسانى) بتلك العمليات الذهنية المختلفة. فعملية الإدراك. وهى عملية تفسير المعلومات الواردة للنظام السلوكى وتكوين المفاهيم والتصورات عن العالم المحيط. وتنطوى عملية الإدراك على عمليات فرعية، يمتد بعضها ليشمل عملية استقبال المثيرات. ثم تختص عمليات فرعية أخرى بتنظيم تلك المثيرات وتفسيرها، أى إعطائها معانى ومدلولات خاصة، ثم تصل عملية الإدراك إلى ذروتها بتكوين مفاهيم شاملة وعامة عن البيئة المحيطة بالنظام السلوكى والتغيرات التى تطرأ عليها، وهذا ما نطلق عليه لفظ "المدركات".

ومما يزيد فى أهمية الإدراك ارتباطه بكل مظاهر النشاط الذهنى للإنسان، ومن ثم تأثيره المباشر وغير المباشر على استجابات الإنسان وأنماط سلوكه.

يتوقف نجاح عملية الاستماع ومدى قدرة المتحدث على تحقيق أهدافه على:-

المكونات الإدراكية التى تؤثر على عملية الاستماع وتحدد بالتالى مدى نجاح المتحدث فى تحقيق أهدافه، عديدة وأهمها ما يلى:-

دقة الاستماع والانتباه المركز:-

وتظهر آثار هذه المهارة فى درجة اللباقة الاجتماعية التى يمتلكها ويبديها السامع، وينعكس هذا الإدراك فى التعبير عن مدى الاهتمام بالحديث، وذلك عن

طريق توجيه أسئلة موضوعية وذكية بعد التفكير العميق فى عناصر موضوع الاستماع، وتتجلى درجة الإدراك لمعنى الاستماع فى تجنب مقاطعة المتحدث، أو الانشغال بأمور أخرى جانبية أو الحديث مع الآخرين.

فهم الموضوع المثار كاملا:

لا يتم فهم الموضوع إلا بعد المتابعة الدقيقة، وإدراك العلل والأسباب التى يبديها المتحدث، ويدافع عنها أو ينقذها. بل لابد أن يدرك السامع العلاقات بين الأفكار الرئيسية. ويدل على مدى فهم المستمع (المتلقى) لمادة الحديث إتقانه للقدرات والمهارات الآتية:-

التحليل:-

يتم التحليل بالربط بين المعلومات والحقائق والمفاهيم والأفكار التى يسمعها، وبين تلك التى مرت بتجاربه السابقة، ويتم ذلك عن طريق الموازنة، والتى تعتبر مهارة فرعية أساسية.

التفسير:-

تختلف طبيعة الفهم من شخص لآخر، وعملية التفسير تخضع لعوامل الخبرات الشخصية فى المجال المعرفى ولعوامل مهارات الاستماع. فمن حيث العوامل الأولى يبحث المستمع عن مبررات يصوغها لإقناع نفسه بصدق محتوى الحديث أو مصداقية المتحدث، وربما يحدث العكس تماما إذ يبحث عن مبررات يفسر بها تناقض المحتوى مع أفكاره ومعتقداته السابقة. من هنا نراه يجادل ويسأل ويستفسر.

جـ- الموازنة:-

بعد تفسير الموضوع المسموع يستطيع المستمع أن يوازن بين أفكاره واتجاهاته، وما ورد فى موضوع الحديث.

د- النقد والتقويم:-

بناء على المهارات السابقة يتم نقدها وتقويم مجال الحديث وموضوعه. فقد يتفق السامع مع المتحدث، وقد يختلف معه، لذلك يجب أن يكون الحكم عليه بعملية وموضوعية.

هـ- اتخاذ اتجاه معين:-

لا يمكن الحكم على مدى فهم الموضوع، إلا بعد التأكد من مناقشته على جميع المستويات، وتناول جميع جوانبه.

و- تدوين الملاحظات عن موضوع الاستماع:-

عملية تدوين الملاحظات من المهارات المهمة التى لا يتقنها إلا المتدرب على هذه المهارة، إذ من الأفضل الوقوف على النقاط المهمة والتركيز عليها، بحيث يدون المستمع عناصر الموضوع وأفكاره ويشير إلى جوانب الاتفاق وجوانب الاختلاف، والأماكن التى تصلح لتوجيه سؤال معين تكون أكثر أهمية من غيرها.

رابعا: الظروف البيئية:-

فالبيئة التى يتم فيها عملية الاستماع تؤثر على مدى فاعلية الاستماع وذلك من خلال متغيرات عديدة أهمها:-

الطقس والحرارة:

فالمناخ الشديد الحرارة أو الشديد البرودة والجو المليئ بالأتربة والمكان السيئ التهوية يؤثر على فاعلية عملية الاستماع.. والاستماع المثالى لابد أن يكون فى جو مريح يتسم بدرجة الحرارة المناسبة والتهوية الجيدة.. ولذلك تجهز قاعات المحاضرات بالمكيفات والمراوح التى تضمن التهوية المناسبة لضمان فاعلية الاستماع.

الضوضاء:-

وتؤثر على فاعلية الاستماع.. فضوضاء السيارات والآلات القريبة وأصوات الأشجار والعواصف وغيرها تجعل الاستماع أقل كفاءة.. والعكس صحيح.

وبالإضافة إلى ذلك هناك عوامل أخرى تؤثر على فاعلية عملية الاستماع منها:-

المقعد المستخدم للجلوس.. إذا كان مريحا.

إذا كان المتلقى سيستمع لفترة طويلة، فإن ذلك سيساعد على الاستماع بفاعلية ويقلل من عوامل القلق والتوتر التى تؤثر على عملية الاستماع.

خامسا:- التشويش:-

وهو مجموعة العوامل التى تؤدى إلى ظهور اختلافات بين الرسالة المنطوقة والرسالة المسموعة وهو نوعان:

ويعنى أى نوع من التعديلات التى تجعل الرسالة قابلة للخطأ وسط الاتصال كما يعنى:

تشويش ميكانيكى:-

ويعنى أى تغيير أو أى تداخل فنى يطرأ على إرسال الإشارة فى رحلتها من مصدر المعلومات إلى الهدف الذى يريد المصدر الوصول إليه.

وتحدث عملية التشويش الميكانيكى من عدة جوانب أهمها:-

تدخل خارجى يؤثر على وضوح الرسالة مثل مصادر الضوضاء الخارجية.

التدخل الذى يأتى من عيوب آليات الإرسال والاستقبال نفسها.

ضعف حاسة السمع عند المتلقى.

ضعف الأحبال الصوتية، أو إصابة المتحدث بالبرد، أو غيره من الأمراض التى تؤثر على أجهزة النطق.

سرعة الحديث وتحدث المرسل بلهجة غير مفهومة.

الاستماع إلى أكثر من شخص يتحدثون فى وقت واحد.

التشويش الدلالى:-

ويقصد بها فهم الرسالة بمعنى آخر عن المعنى الأصلى لها وغالبا ما تحدث نتيجة لـ:-

عدم انتباه المتلقى نظرا لانشغاله بقضايا أخرى أكثر أهمية. أو لتفاهة الموضوع، أو لعدم وجود وقت كاف لديه للاستماع. أو لعدم رغبته إلا فى الاستماع للأشياء التى تتفق فقط مع وجهة نظره.

صعوبة موضوع الحديث بحيث يتجاوز قدرته على الفهم والاستيعاب.

عدم موافقة موضوع الحديث وما يحمله من أفكار وقيم لإطاره الدلالى.

الحالة المزاجية الراهنة للمتلقى.. وتراوحها ما بين الفرح والحزن، والانشراح والضيق والاكتئاب، فيتأثر بذلك استعداده للاستماع.

الخبرات السابقة.. سواء عن المتحدث أو عن موضوع الحديث.. وهذه تؤثر على مدى استجابته، ومدى ما سوف يستصدره من أحكام تحدد موقفه من عملية الاستماع أصلا، وطريقة فهمه للرسالة اللفظية والإشارات المصاحبة.

وعلى هذا فإن فهم أسباب التشويش الميكانيكى والدلالى يساعدنا على تقليل واستبعاد كثير من أسباب التحريف أو الخطأ فى عملية الاتصال.

سادسا:- رجع الصدى:-

ويتمثل فى مجموعة الاستجابات اللفظية وغير اللفظية بين طرفى عملية الاستماع.. ويتوقف على نوع هذه الاستجابات تحديد استمرار عملية الاتصال أو توقفها أو إظهار جوانب الموافقة أو الرفض أو الاعتراض أو الاستفسار حول ما تتضمنه الرسائل الإعلامية. وفى حالة الاتصال السمعى يتمثل رجع الصدى فى:

الاستجابة اللفظية:-

وتأخذ شكل الكلام المنطوق أو الحوار أو الاستفسار وتضمن استمرار عملية الاتصال.

الاستجابة غير اللفظية:-

وقد أشارت الدراسات على أنواع عديدة من هذه الاستجابات التى تعطى معانى عديدة مؤكدة لعملية الاتصال اللفظى.

ومن هذه الاستجابات

الابتسامات.

مؤشرات التعبير بالوجه.. بالعين.. بالحاجب أو باللسان.

التعبير بأجزاء الجسم.. بالكتف باليد بالإصبع بالصدر أو بالرأس أو باليدين.

النظر بالعين إلى أسفل أو أعلى أو إلى صورة أو منظر.

وهذه الاستجابات فى حقيقتها عبارة عن رجع صدى أو رد فعل للاتصال الشفاهى.. وتمثل الاستجابات اللفظية وغير اللفظية الأساس لاستمرار التفاعل فى عملية الاتصال الاجتماعى.

متطلبات عملية الاستماع

تستلزم عمليات الاستماع وجود متطلبات عديدة هى: -

جهاز استقبال متمثل فى الأذن وتتألف من:-

صوتى، وجهاز ناطق، ولغة لتحقيق عملية التواصل الإنسانى. وفيما يلى عرض موجز عن هذه المتطلبات:-

الأذن:-

الأذن الخارجية: وتتألف من الصوان ومجرى السمع الظاهر.

الأذن الوسطى: وتتألف من غشاء الطبل والعظيمات السمعية.

وفى ضوء هذا فإن للأذن وظيفتين:

وظيفة السمع:

بنقل الاهتزازات الصوتية الموجودة فى الوسط الخارجى وتحويلها فى صورة نبضات عصبية إلى الدماغ.

وظيفة المحافظة على التوازن:

بنقل المعلومات المتعلقة بوضعية الجسم والرأس والحركات المختلفة من المراكز العصبية العليا، وذلك للمحافظة علي التوازن فى جميع الأوضاع.

وفى سياق وظيفة السمع تقوم الأذن بعمليتين:-

كجهاز ناقل:

يقوم بالتقاط الاهتزازات الصوتية الموجودة فى الوسط الخارجى إلى القسم العصبى من الأذن. ويقوم بهذا العمل صوان الأذن ومجرى السمع الظاهر وغشاء الطبل والعظيمات السمعية.

كجهاز مستقبل:-

يقوم باستقبال هذه الاهتزازات الصوتية وتحويلها إلى سيالة عصبية (إشارة كهربية مرموزة) وذلك على مستوى الأذن الباطنة ثم نقل هذه السيالة إلى المراكز العصبية بواسطة العصب السمعى.

الصوت:-

المثير المنبه لحاسة السمع هو الموجات الصوتية.. إلا أن الحس السمعى من الممكن أن يتأثر فى غياب الصوت.

وتتميز المثيرات الصوتية بثلاث خصائص:-

التذبذب frequency والشدة intensity والتعقيد complexity. وتشير خاصية التذبذبات للتباين فى الموجات الصوتية. وتقاس بمقياس سيكل /ثانية / second cycle أما الشدة أو القوة فهى درجة ضغط الصوت.

الصوت الإنسانى:-

الصوت الإنسانى من أهم وسائل التعبير عما فى النفس. رغم أن العينين والملامح والإشارة والحركة وسائل التعبير لا تقل بلاغة.. ويؤدى الصوت الإنسانى المعانى يتراوح بين الارتفاع والانخفاض، والانحباس والانطلاق، والسرعة والبطء فى الأداء، والرقة والفخامة، والصوت عندما يحدث يتموج الهواء الخارج من

الجوف فى عملية الزفير.. عندما يصطدم بالأوتار الصوتية التى فى الحنجرة، أثناء الاندفاع بفعل الرئتين اللتين تقومان بما يشبه عمل المنفاخ.

ويرجع حجم الصوت.. من حيث ضخامته أو رقته إلى عمل الأوتار الصوتية. فإن كانت رقيقة أحدثت صوتا رقيقا.. وإن كانت غليظة أحدثت صوتا غليظا.

لغة لتحقيق التواصل الإنسانى:-

عن طريق جهازى النطق والسمع تتم عمليتى الكلام والاستماع ويكتمل النظام الأساسى للتواصل بين البشر.

إن نقطة البداية فى هذه العملية هى أن يصوغ المتكلم فكرته فى قالب لغوى يجرى على مقتضيات اللغة المشتركة بينه وبين سامعيه، وهذه العملية مرتبطة فى جوهرها بنشاط المخ، وبها يتحقق للرسالة المنطوقة وجود لغوى، لتنتقل بعده إلى طور جديد. حيث تتولى وظائف المخ ، المختصة بضبط النشاط العصبى لأعضاء الجسم، بإرسال تعليماتها على هيئة مثيرات عصبية تنطلق عبر الممرات العصبية إلى أعضاء النطق فتنضبط حركتها فى تتابع أو تزامن دقيق. بحيث تخرج لنا بالصوت الصحيح فى موقعه الصحيح.

أنواع الاستماع

للاستماع أنواع متعددة يمكن تقسيم هذه الأنواع وفقا للمعايير الآتية:-

أولا:- وفقا لعدد المشاركين:-

ينقسم الاستماع إلى:-

استماع ذاتى (نفسى) ويحدث بين الفرد ونفسه:-

وهو الإنصات للعقل اللاشعورى.. لعملية التحدث مع النفس أو لعملية التفكير التأملى.. لاختيار الأفكار والآراء التى تستحق العرض والتقديم للآخرين.. وهى عملية موازية لعملية الاستماع ذاتها.

استماع شخصى (بين فردين):-

ويحدث بين فردين ويتمثل فى عملية الاستماع التى تحدث أثناء الأحاديث التى نتبادلها مع بعضنا البعض فى الطرقات والميادين ومجالات العمل.. داخل الأسرة وبين الأصدقاء ومع الأبناء.. إلخ.. وتتكون بالتلقائية والود والبعد عن الكلفة إلا عندما يكون مجرى الحديث بين رئيس أو مسئول وأحد تابعيه ويأخذ صفة التوجيه أو إعطاء الأوامر.

الاستماع الجماعى (الجماهيرى) ويحدث بين فرد وعدد كبير من من الجمهور:-

وهو عملية اتصال منظم ومدروس يوجه من خلال فرد أو عدة أفراد رسائل معينة إلى عدد كبير من الجمهور. ويأخذ أشكالا متعددة مثل الدروس والمحاضرات والخطب السياسية والدينية والمؤتمرات الصحفية والسياسية. وأيضا أشكال الاتصال المسرحى. وعبر وسائل الاتصال الجماهيرى.. إلخ وذلك بغرض التأثير فى الجمهور وتزويده بالمعلومات أو التأثير على اتجاهاته وميوله.

ثانيا:- وفقا لعنصر المواجهة بين طرفى عملية الاستماع:

ينقسم الاستماع إلى:-

أ - استماع مباشر:-

وهو الذى يتواجد فيه طرفا عملية الاستماع وجها لوجه كما فى أنواع الاتصال الشخصى والجمعى، ويتميز بتزايد رجع الصدى، إذ يستطيع المتحدث أن يتعرف على درجة تقبل المستمع للحديث، وبالتالى يعدل من رسائله ومن لهجة الحديث.. وأساليب الإقناع المستخدمة.

ب- استماع غير مباشر:-

وهو الاستماع الذى يتم عبر أجهزة وسائل الاتصال.. كالتليفون واللاسلكى وأجهزة التسجيل والفيديو والإذاعة والتليفزيون.. ويفتقد لعنصر المواجهة. وبالتالى فإن المتحدث لا يستطيع التعرف مباشرة وبدرجة كافية على رد فعل

الجمهور ومدى استجابته لرسائله، إلا من خلال الرسائل الشخصية والتليفون والبحوث العلمية.

ثالثا: وفقا للهدف من الاستماع:-

ينقسم إلى:-

استماع عابر:-

وهو استماع غير إرادى وغير هادف يحدث صدفة ويحدث كعملية فيزيقية تتفق وطبيعة جهاز الاستقبال "الأذن" لدى الإنسان.. فالأذن تستقبل كافة الأصوات المتاحة فى البيئة المحيطة بالإنسان، وبطريقة مقصودة.

ب - استماع تثقيفى:-

غرضه الحصول على الحقائق والمعلومات، وهو عملية اتصال هادفة من قبل المتحدث.. مدرسا أكان أم عالما أم واعظا أم صحفيا أم مذيعا.. وذلك بغرض نقل معلومات جديدة أو لنعلم المتسمعين أفكارا أو طرقا جديدة أو مهارات جديدة. ويأخذ أشكالا متعددة: أهمها الدرس والمحاضرة والاجتماعات والندوة. وإما أن يتم بصورة مباشرة فى المدارس والجامعات أو عبر وسائل الاتصال الجماهيرية، عندما نستمع للندوات والبرامج الإخبارية بالإذاعة والتليفزيون.

جـ - استماع توجيهى:-

وهو اتصال هادف أيضا يستهدف التوجيه والإرشاد.. بغرض التأثير فى المستمعين.. ويكون المتحدث هنا مديرا أو رئيسا أو واعظا.. أو مسئولا عن أسرته.. ويأخذ فى الغالب صفة النصح والإرشاد.. ومن أشكاله الأحاديث التى تتم بين المدير ومرءوسية.

د- استماع ترويحى:-

وهذا النوع من الاستماع إلى الترفية عن المستمع أو مساعدته على قضاء أوقات الفراغ لديه بطريقة ممتعة. وهذا النوع من الاستماع يريح أعصابنا، ويدخل السرور إلى نفوسنا. ومن أمثلته الاستماع للموسيقى والأدب والشعر.

هـ - الاستماع النقدى:-

ويحدث عندما نستمع لمتحدث يحاول التأثير على اتجاهاتنا وعقائدنا وعواطفنا أو تصرفاتنا.. ونحن نستمع بطريقة نقدية لكى نمكن أنفسنا من إصدار الأحكام المناسبة المتعلقة بمثل هذه الرسائل الإقناعية.

وفقا لدرجة اهتمام المستمع

حيث يمكن تقسيم الناس وفقا لسلوكيات الاتصال السمعى إلى عدة أنواع هى:

المستمع المصغى (المنصت):-

وهو المستمع الذى يصغى بأذنيه ويتدبر بعقله كل ما يسمعه ويحلله ويصنفه ويقيمه.. يقبل على المتحدث بكافة حواسه ومشاعره ويتجاوب معه بعينيه وبابتسامات تعلو شفتيه، وبأنواع مختلفة من الإيماءات، بيده أو برأسه أو بحاجبيه أو بذقنه.

وينقل من خلالها معانى مختلفة للمتحدث تدل على الفهم أو الموافقة أو الرضى أو الإعجاب.

المتلقى يصغى للمتحدث لعدة أسباب منها:-

- لأن موضوع الحديث يتفق مع اتجاهاته وميوله.
- لأنه فى حاجة إلى هذه المعلومات للتعلم أو للتوجه لاحتياجه إليها للاستفادة منها فى مجالات مختلفة.
- لأن المعلومات التى يقدمها المتحدث جديدة أو مشوقة.

المستمع المتظاهر أو المدعى:-

وهذا المستمع المصغى يقبل بأذنيه وحواسه مع المتحدث، ويتجاوب معه بإيماءات رأسه ونظرات عينيه وابتسامات تعلو شفتيه وإشارات يده.. وقد يجيب على أسئلة المتحدث لكنه مشغول بعقله عن كل ما يسمعه.. وانتباهه ليس مع المتحدث.. وذلك لأسباب منها:-

عدم اهتمامه بموضوع الحديث، فالموضوع خارج نطاق اهتمامه.

تكرار سماع نفس الموضوع من المتحدث لدرجة التبرم والضيق والملل.

الانشغال بشئ ما آخر أكثر أهمية مما يقوله المتحدث.

صعوبة استيعاب وفهم موضوع الحديث.. لأن موضوع الحديث يصادم مشاعره وأفكاره وحواسه.

الاضطرار لسماع الحديث.

المستمع الذاتى أو الأنانى:-

ويدخل فى دائرة هذا النوع الأفراد الأنانيون الذين لا يحبون سوى أنفسهم ولا يرون سواها.. ولا يهتمون سوى بذواتهم.. ولا يهتمون كثيرا بالآخرين.. ولذلك لا يستمعون إلا إلى ما يتعلق باهتماماتهم. فلا يشعرون بالارتياح عندما يتعرض المتحدث فى حديثه لأفكار أو أنباء أو أشخاص تعارض اتجاهاتهم.

المستمع ذو اهتمام محدود:-

يجمع بين سمات المستمع المصغى والمستمع المتظاهر.. فهو يصغى عندما يكون موضوع الحديث داخلا فى نطاق اهتمامه. ويتظاهر بالاستماع أو يتجنب عندما لا يود سماع الحديث لعدم تعلقه باهتمامه.

المستمع الفضولى:-

هو مستمع غير هادف يعطى انتباهه لكل ما يود معرفته مما يرضى فضوله عن الأشخاص والأشياء والأحداث.. وهو يفسر ما يسمعه وفقا لأهوائه.. وقد يضفى على ما يسمعه رتوشا عديدة لتلوين هذه المعلومات وجعلها أكثر إثارة وقد يقوم هو نفسه بترديدها مرارا وتكرارا على أسماع الآخرين.

الأسباب التى تعوق الاستماع الجيد:

هناك العديد من الأسباب وراء عدم الاستماع الجيد أهمها فقدان إحساس المتحدث بالمسئولية لدي المستمع وفقدان الإحساس بأهميته كعضو أساسى مشارك وفعال يتوقف عليه تحقيق الحديث لأهدافه الاتصالية.

ومن هذه الأسباب أيضا:-

١. عدم فهم وفقدان الهدف:-

فالمستمع الذى يشعر بأن الحديث لن يقدم إليه معلومات جديدة، أو يساعد على تفهم حقائق معينة، أو مشكلات معينة، أو أنه لن يمتعه، لن يشعر بأهمية الحديث على الإطلاق. بل إنه لن يشجع المتحدث على الاستمرار وبالتالى سيتوقف الاتصال.

٢. سطحية وتفاهة الحديث:-

ذلك إذا شعر المستمع بأن الحديث غير معد، أو غير مهم، أو أن المتحدث فيه لن يضيف جديدا. أو إذا شعر أن المتحدث نفسه لا يتوقع أن ينصت المستمعون إليه. سينصرف أيضا عن الاستماع ويتوقف الاتصال.

٣. التشويش (الضوضاء):-

يعد أحد معوقات الاستماع.. ويتمثل فى هذا الضوضاء والأحوال البيئية المختلفة التى تحول عن الاستمرار فى عملية الاتصال.

٤. السرحان:-

وهو نوع من التشويش العقلى.. ويحدث حينما يكون المستمع مشغولا ذهنيا بمشكلاته، أو مشوش عاطفيا وحينئذ لن يكون قادرا على الإنصات.

٥ . اللامبالاة:-

عندما يكون المستمع غير مهتم ولا يعطى أى اهتمام للمتحدث، وذلك لتحامله عليه أو لعدم اقتناعه بما يقول، أو لعدم احترامه وتقديره له. وحينئذ لا تبدر منه أى بادرة تدل على التشجيع أو الاهتمام أو الفهم.

٦. عدم الصبر:-

عندما يكون المستمع قلقا أو متوترا أو متعجلا للانصراف، فلا يعطى اهتماما للحديث.. ويقاطع المتحدث كثيرا، وقد يقطع الحديث وينصرف مسرعا.

٧. السرعة فى النقد:-

السلوك النقدى المتعجرف لدى المستمع يعوق الاستماع الجيد؛ لأن كل اهتمامه حينئذ يكون مركزا للنقد أكثر من الإنصات.. ولتحين الفرص لإظهار الانتقادات أكثر من الاستجابة للمتحدث.

تنمية مهارات الاستماع:

تعد مهارة الاستماع مهارة مكتسبة يستطيع الفرد مع مرور الزمن أن ينميها ويحسنها من خلال:-

أولا:- تنمية القدرة على التركيز.

ثانيا:- الاستفادة من طبيعة البناء المعرفى للفرد.

ثالثا:- الالتزام بالقواعد المرشدة للاستماع الجيد.

أولا:- تنمية المقدرة على التذكر:-

التذكر مهارة ترتبط مباشرة بعملية الاستماع.. فالإنسان عن طريق الذاكرة يختزن قدرا هائلا من المعلومات، ويستطيع أن يسترجع أية معلومات يريدها من ذاكرته فى ثوانٍ.. وتتطلب عملية الاستماع أن ينظم الفرد ما يقوله المتحدث بطريقة ما تمكنه من ربط هذه المعلومات بالمعلومات المختزنة فى الذاكرة.. لتقييمها وبناء استجابة محددة.

ثانيا:- دراسة طبيعة الجمهور ومعرفة البناء المعرفى له:-

نستطيع من خلال البناء المعرفى أن نتعرف على طبيعة الثقافة السائدة بمكوناتها المختلفة. وعلى الفروق الفردية بين الأفراد الذين نتعامل معهم فى هذا العالم المتغير. وذلك كمدخل لفهم الآخرين وتحديد طريقة التعامل معهم. ففهم الآخرين والتعرف عليهم هو المفتاح لبناء علاقات فعالة.

ثالثا:- الالتزام بقواعد الاستماع الجيد:-

وتساعد القواعد التى سنعرضها فيما يلى فى عملية تنمية هذه المهارة بما يساعد على نجاح عملية الاتصال. وهذه القواعد هى:-

١. الانتباه للمتحدث:-

وانتباه للمتحدث يعنى توجيه طاقات وقدرات الفرد العقلية والجسدية نحو الاستماع.. فلكى تكون مستمعا جيدا يجب أن تحشد كافة انتباهك للمتحدث. وذلك يتطلب جهدا ذهنيا للتركيز. ويتطلب الآتى:-

الإنصات والتفرغ للمتحدث تماما، فعامله كصديق وأظهر بأنك ترغب فى الإنصات، وأشعره بأنك مهتم بما يقول، وذلك من خلال مشاركتك وتعبيرات وجهك وتصرفاتك التى توحى بأنك مهتم بالاستماع.

تجنب التشويش على عملية الاستماع.. بالانصراف عن المتحدث، بالنقر بالأصابع أو النظر فى أوراق أمامك أو ما شابه ذلك.

٢. تلافى تأثير تشتت الانتباه مثل:-

أ. المؤثرات الطبيعية:-

مثل الأصوات والإشارات والروائح المتصلة بالبيئة المحيطة، وأصوات الأجهزة الكهربائية والماكينات والمقاعد غير المريحة، واهتزاز الأحبال الصوتية للمتحدث، أو الملابس غير المعتادة، أو ألوانها غير المألوفة. وكذلك أيضا تلاقى الأضواء العارضة، والمقاعد غير المريحة، والأماكن سيئة التهوية وغير ذلك.

ب - المؤثرات النفسية:-

وتشمل الحالة المزاجية للمستمع. مدى الشعور بالسعادة أو الضيق أو الاكتئاب.. والمؤثرات النفسية الناتجة عن العلاقات الأسرية أو علاقات العمل.. وانعكاساتها على الوجه فى شكل يضفى عليه طابع الحزن أو التشتت أو الضيق أو الإرهاق وما شابه ذلك.

جـ - المؤثرات الخاصة ببيئة العمل:-

والتى تنتج نتيجة لضغط العمل أو لعدم وضوح المهام والمسئوليات.. أو للشعور بعدم التقدير.

د- المؤثرات الفسيولوجية:-

وتحدث نتيجة لضعف السمع بسبب المرض أو لوجود عيوب سمعية.. مما يجعل المستمع أقل قدرة على الاستماع أو لوجود أخطاء فى طريق نطق المتحدث. ويمكن التغلب على العيوب السمعية بالعلاج.. وباختيار المكان المناسب للاستماع.

هـ- المؤثرات البيئية:-

وهى المؤثرات الخاصة بظروف البيئة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية للمستمع.. والحرص على تلافى تأثيراتها على عملية الاتصال.. ولهذا فإن معرفة الجمهور والتعامل معهم فى إطار المعرفة الواعية يساعد على زيادة درجة انتباه الجمهور للمتحدث.

اللغة اللفظية لغة المتحدث اللفظية:-

وبالنسبة للغة اللفظية فينبغى مراعاة الآتى:-

الالتزام بمخارج الحروف وتجنب أخطاء النطق.

اختيار الأفكار بحكمة وبطريقة تشبع اهتمام القارئ.

ترتيب الأفكار بطريقة موضوعية وتلافى التناقض بينها فى إطار سياق الحديث الواحد.

تبسيط المعانى لمساعدة المستمع على الفهم.

تجنب استخدام الكلمات المعقدة وتوخى الدقة والسهولة، وتلاقى الكلمات التى تحدث لبسًا فى المعنى.

تبسيط المعلومات للمستمع بحيث يقدر على استيعابها.

احترام رأى الآخر وإتاحة الفرصة له للتعبير عن رأيه.

احترام نقد الآخرين إذا كان صحيحا.

الصمت:-

الهدف الأساسى للصمت هو الحد من تشوه المعلومات التى تتدفق من المتحدث. فهو يساعد على تركيز الانتباه.. والصمت فى حد ذاته وسيلة لتبادل المعلومات مع المتحدث.. فهو يعنى من ناحية أنى معك مهتم بكل ما تقول وأفهمه. مما يشجع على استمرار المتحدث فى الكلام. ومن ناحية أخرى فإن لحظات الصمت المشترك بين المتحدث والمستمع تعنى دلالات معينة يتبادلها كل منهما نحو الآخر.

الانتباه لسن المستمع:-

لا شك أن حساسيتنا للسمع تتغير بتقدمنا فى السن. ومعظمنا يعانى مع تقدم السن – من فقدان مستمر للسمع. والواقع أننا لا نستطيع أن نقدر بكل دقة مدى التدهور الذى يحدث فى حاسة السمع لدينا مع تقدمنا فى السن. ذلك لأن القدرة على السمع عند الأشخاص من نفس العمر تختلف اختلافا واسعا.

التنوع فى استخدام اللغة غير اللفظية:-

لتنمية مهارات الاستماع يوصى العلماء عادة بالاهتمام باللغة غير اللفظية التى تحمل المحتوى الآخر الضمنى أو الخفى الذى لا يعبر عنه بالألفاظ.. وما يحدد القصد من الكلمات فى كثير من الحالات ليس معناها اللغوى الشائع، بل النبرة التى تلفظ بها، والتى قد تقلب المعنى رأسا على عقب أحيانا. نفس الجملة قد تثير الغضب أو تثير النكتة تبعا لنبرة الصوت، فهى فى الحالة الأولى تهديد. وفى الثانية دعابة. ولقد أصبح معروفا فى علم الاتصال والعلاقات الإنسانية عموما أن أهم ما يحاول محدثنا أن ينقله إلينا يمر من خلال اللغة دون اللفظية. ومن خلال هذه اللغة يستشف اللبيب المعنى الأساسى الذى لا يكون المضمون الظاهرى سوى تغطية له أو وسيلة للإشارة إليه. ولهذا كان من الضرورى للاستماع الفعال بالاهتمام بالتعبيرات غير اللفظية.

التواصل فى متابعة الحديث:-

وتعنى الانتباه للحديث والتعرف على هدف المتحدث وهل هو ضمنى أم مباشر.. وتعرف على الأفكار الرئيسية والأفكار الفرعية التى تؤدى إلى تطوير هدف الحديث.. وميز بين الحقيقة والمبدأ والفكرة والمثال والدليل والبرهان. وانتبه للإشارات القليلة التى تشير إلى الانتقال من فكرة إلى أخرى ووجه انتباهك أيضا لدلالات اللغة غير اللفظية: الإشارات والنظرات وتعبيرات الجسم وحركات الوجه واليدين.. وهل تبدو متوافقة مع ما يقوله.

التجاوب مع المتحدث:-

ويتحقق التجاوب من خلال تكنيكات عديدة أهمها:-

تبديل الأماكن فنضع أنفسنا مكان المتحدث:-

تصور أنك تتكلم حتى تأخذ نفس الإحساس وتتعاطف مع رأيه. وهذا يساعدك على النظر للأمور من أكثر من زاوية.

تقبل المناقشة:-

وتجنب انتقاد المتحدث.. فهذا الأسلوب يضعه فى الجانب الدفاعى ويجعل المتحدث يفقد هدوءه واتزانه وقد يصل إلى حد الغضب.

سيطر على أعصابك ولا تغضب بسهولة:-

لأن الشخص السريع الغضب يفهم كلمات محدثة بمعان خاطئة غير مقصودة

التفاعل مع المتحدث من خلال السؤال:-

فهذا يشجعه ويظهر أنك مستمع جيد. ويؤدى هذا إلى الحصول على معلومات أكثر ورؤية أوضح للكلام.

التحلى بالصبر:-

إذا كان لديك ما تقوله.. اصبر حتى ينتهى المتحدث وتتاح لك فرصة الحديث ولا تقاطع المتحدث ولا تنشغل بما تريد أن تقول حتى تتمكن من فهم المتحدث.

رجع الصدى:-

من أبرز مهارات فن الاستماع معرفة الأسلوب الناجح لإرجاع الأثر، الذى يوثق الصلة ويعمق الاتصال ويرتقى به، لأنه يلعب دورا توجيهيا مهمًا يرشد المتحدث إلى الآثار الناتجة عن رسالته، ويساعده على تطويرها أو تكييفها للوضعية، ولكى يقوم بإرجاع الأثر بوظيفته هذه لابد له من توفر عدة شروط:-

أن يكون حديثه وصفيا وليس تقويميا (الحكم على هذا السلوك).

أن يكون الحديث محددًا وليس عاما، أى أن يرتبط بموضوع محدد ولا ينطلق فى تعميمات من الموضوع إلى الأشخاص.

دراسة طبيعة وحاجات المرسل وخصائص الوضعية التى يتم فيها الاتصال وقدرة احتمال الصراحة.

يجب أن يتركز على ما يمكن تطويره من أساليب السلوك أو العمل.

اختيار الوقت المناسب من حيث اختيار اللحظة المناسبة التى يكون الطرف الآخر مستعدا لتلقيه وقبوله.

٩ ـ التوافق:-

فالاستماع الناجح ليس تصيدا لأخطاء المتحدث.. وليس محاولة لانتقاء كلمات معينة من سياقها واستخلاص ما نريده منها لمجرد معارضة المتحدث.. وليس مجرد مقاطعات مستمرة للمتحدث.. كما أن الاستماع الناجح لا يعنى الانصراف عن المتحدث أو إنهاء الحديث قبل الأوان.

وكل هذه الجوانب تعنى عدم التوافق مع المتحدث.. وبالتالى عدم نجاح عملية الاستماع. وبدلا من ذلك علينا الاهتمام بمحاولة فهم الموضوع.

تجنب السرعة فى الاستنتاج أو التقويم:-

فالتسرع فى الاستنتاج أحد معوقات الذاتية التى تعيق قدرتنا على الاستماع.. وتؤدى إلى سوء التفاهم.

وكذلك التسرع فى التقويم.. أو الحكم على ما قاله المتحدث قبل انتهاء الحديث.. يعوق عملية الاستماع الناجح؛ لأنه لا يعطى الفرصة للمتحدث لعرض وجة نظره كاملة. ولا الفرصة للمستمع لمراجعة المتحدث للتعرف على ما قاله لتقويمه.

١٠ـ تجنب السرعة فى إصدار الأحكام على المتحدث:-

ليس التسرع فى التعميم والقفز إلى الاستنتاجات هو فقط مدعاة توريطنا فى عمليات سوء التفاهم، وإنما الأخطر من ذلك الميل المصاحب لسرعة تكوين الأحكام القطعية عن المتحدث كالقول: إحدى مهارات فن الاستماع وأصعبها على الإطلاق هى أن نلجم عواطفنا، ونعلق أحكامنا على الآخرين، حتى ولو كان محدثك معروفا بميوله الانتفاعية، فهو ليس بالضرورة هكذا طوال الوقت. وعلينا أن نلجم تحيزاتنا الذاتية يفتح أمامنا أبواب كنوز المعرفة والحقيقة، وبالتالى يضعنا على طريق السيطرة على واقعنا.

١١ـ تجنب محاولة إيجاد أخطاء فى طريقة إلقاء المتحدث أو مظهره:-

عدم الانشغال بتصيد أخطاء المتحدث فى حديثه ومظهره وذلك حتى لا تنشغل بالمظهر عن مضمون ما يقال.. ومن ناحية أخرى ينبغى للمتحدث ألا يجعل مظهره أو طريقته فى الإلقاء تترك انطباعا سيئا لدى المستمعين. حتى لا يفقد المستمعون الاهتمام والحماس.

نشاط تفاعلى وجاد:-

ويتطلب جهدا ومعاناة للاستماع بفاعلية. كما يتطلب التزاما داخليا راسخا للاستماع.

مما سبق يلاحظ أن مهارة الاستماع من المهارات الأساسية لنجاح عملية الاتصال.. وأنها مهارة تحتاج إلى تدريب وتنمية وإدارة وجهد كبير للتخلص من عادات الاستماع السيئة كما أنها ترتبط برغبة الفرد فى التعبير عن نفسه وإعطاء فرصة التعبير للآخرين.

خامسا: العوائق العامة للاستماع

٢ـ عوائق طبيعية موقفية مثل:

الضوضاء المادية والمعنوية

التلوث المادى والبصرى والسمعى

ضعف أو تلف مصادر التلقى والإحساس والإدراك

ضعف بناء رصيد تراكمى من المواقف.

عوائق ذهنية نفسية:

ضعف الاهتمام والانتباه والانشغال أو الالتفاف خارج الموضوع

ضعف الاستعداد للتكييف والاستجابة

ضعف الرغبة والاستعداد لتفهم الظروف والموقف والملابسات

ضعف الفهم والتحصيل والاستيعاب

ضعف القدرة على تحديد حقيقة الأشياء وتمييزها عن ظواهرها وأعراضها.

عوائق سلوكية أخلاقية:

ضعف أو انعدام الرغبة والمبادأة للمشاركة والتفاعل

قوة غريزة أو شهوة التحدث المتواصل غير المنقطع

ضعف الحرص على احترام وتقدير الآخرين

ضعف أو خطأ الإدراك وبناء التصورات والاتجاهات غير الملائمة

ضعف السيطرة على الانفعالات وضبط المشاعر

الاستعجال بتكوين تصورات والقفز إلى استخلاص نتائج غير ناضجة وكثرة المقاطعة والاعتراضات غير الموضوعية.

عوائق مهارية:

ضعف مهارة التحليل التفسير والاستنتاج وتحديد البدائل والسيناريوهات

ضعف مهارة فهم إدراك التعبير غير المنطوقة

ضعف مهارة تفهم دلالات مستوى ونبرات الصوت

ضعف مهارة ربط الأجزاء وتخيل العلاقات والتفاعلات بينها

ضعف مهاره تفهم المشاعر والأحاسيس وتحديد الاتجاهات

ضعف مهارة استخدام الأسئلة وتوظيف التساؤلات لفهم المقاصد

عوائق عامة:

وبجانب تلك العوائق الواردة فى التصنيفات أعلاه من الأهمية ولجودة وتفعيل الاستماع على أطراف الاتصال مراعاة ما يلى:

لا تنشغل بتحضير الرد طالما الطرف الآخر يتحدث ولا تنشغل بتفسير ما يقوله إلى أن ينهى حديثه أو مقطعًا من هذا الحديث

لا تقع تحت سيطرة التساؤلات التى تخرج عن إطار الموضوعات المطروحة فى الحوار

لا تتعجل بتكوين استنتاجات فى وقت مبكر من الحوار، ومن الأهمية الحرص على الربط بين أول الحديث ووسطه وآخره .

لا تتخذ موقفًا مبكرًا من الحفظ أو الاعتراض أو الرفض واجعل تجنب ذلك من أهدافك لضمان جودة الاستماع ونجاح الاتصال .

من الأهمية تحييد مشكلاتك وظروفك الشخصية عن موقف الاتصال، لأنها ستكون من عوائق الفهم والاستيعاب والإدراك، ومن ثم من عوائق الاستماع

تاكد أنك فى حالة صحية نفسية وبدنية جيدة ومن الأهمية أن تكون مهيئًا ذهنيا ونفسيا وبدنيا .

ليست كل الأمور عقلية منطقية حسابية رقعية، ولكن فى كل أمر أو موضوع جوانبه النفسية السلوكية الإنسانية الاجتماعية الأخلاقية

احرص على مساعدة الطرف الآخر وتعضيده؛ لأنه شريك لك فى المصلحة مهما كان موضوع الحوار ومجال الاتصال

معانى الكلمات لا تدرك بالأذن فقط ودلالة الحركات لا تدرك بالبصر فقط وتفسير كل ذلك لا يأتى بالعقل فقط .

السمات والخصائص الأخلاقية ترفع جودة الاستماع وكذلك موضوعية الطرف الآخر.

الاستماع إلى القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة:

أولا الاستماع فى القرآن الكريم:

ثانيا الاستماع فى الحديث الشريف:

حدثنا إسحاق بن منصور أخبرنا أبو هشام المخزومى حدثنا وهيب حدثنا سهيل بن أبى صالح عن أبيه عن أبى هريرة عن النبى صلى الله عليه وسلم قال: (كتب على ابن آدم نصيبه من الزنا مدرك ذلك لا محالة فالعينان زناهما النظر والأذنان زناهما الاستماع واللسان زناه الكلام واليد زناها البطش والرجل زناها الخطا والقلب يهوى ويتمنى ويصدق ذلك الفرج ويكذبه). رواه مسلم

صحيح ابن خزيمة كتاب الجمعة جماع أبواب الأذان و الخطبة فى الجمعة وما يجب على المأمومين جماع أبواب الأذان و الخطبة فى الجمعة و ما يجب على

الكلمة	التكرار
سَمِعَ	٢
سَمِعْتُ	١
سَمِعْتُمْ	١
سَمِعْتُمُوهُ	٢
سَمِعْنَا	١٧

الكلمة	التكرار
سَمِعَ	٢

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
١٨١	م	٣	آل عمران	لَقَدْ سَمِعَ اللَّهُ قَوْلَ الَّذِينَ قَالُوا إِنَّ اللَّهَ فَقِيرٌ وَنَحْنُ أَغْنِيَاءُ
١	م	٥٨	المجادلة	قَدْ سَمِعَ اللَّهُ قَوْلَ الَّتِي تُجَادِلُكَ فِي زَوْجِهَا وَتَشْتَكِي إِلَى اللَّهِ

الكلمة	التكرار
سَمِعَتْ	١

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
٣١	ك	١٢	يوسف	فَلَمَّا سَمِعَتْ بِمَكْرِهِنَّ أَرْسَلَتْ إِلَيْهِنَّ وَأَعْتَدَتْ لَهُنَّ مُتَّكَأً

الكلمة	التكرار
سَمِعْتُمْ	١

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
١٤٠	م	٤	النساء	أَنْ إذَا سَمِعْتُمْ آيَاتِ اللَّهِ يُكْفَرُ بِهَا وَيُسْتَهْزَأُ بِهَا فَلاَ تَقْعُدُوا مَعَهُمْ حَتَّى يَخُوضُوا فِى حَدِيثٍ غَيْرِهِ

الكلمة	التكرار
سَمِعْتُمُوهُ	٢

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
١٢	م	٢٤	النور	لَوْلاَ إِذْ سَمِعْتُمُوهُ ظَنَّ الْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بِأَنْفُسِهِمْ خَيْرًا
١٦	م	٢٤	النور	وَلَوْلاَ إِذْ سَمِعْتُمُوهُ قُلْتُمْ مَا يَكُونُ لَنَا أَنْ نَتَكَلَّمَ بِهَذَا

الكلمة	التكرار
سَمِعْنَا	١٧

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
٣٦	ك	٢٨	القصص	فَلَمَّا جَاءَهُم مُوسَى بِآيَاتِنَا بَيِّنَاتٍ قَالُوا مَا هَذَا إِلاَّ سِحْرٌ مُفْتَرًى وَمَا سَمِعْنَا بِهَذَا فِى آبَائِنَا الأَوَّلِينَ
١٢	ك	٣٢	السجدة	رَبَّنَا أَبْصَرْنَا وَسَمِعْنَا فَارْجِعْنَا نَعْمَلْ صَالِحًا إِنَّا مُوقِنُونَ
٧	ك	٣٨	ص	مَا سَمِعْنَا بِهَذَا فِى الْمِلَّةِ الآخِرَةِ إِنْ هَذَا إِلاَّ اخْتِلاَقٌ
٣٠	ك	٤٦	الأحقاف	قَالُوا يَا قَوْمَنَا إِنَّا سَمِعْنَا كِتَابًا أُنْزِلَ مِنْ بَعْدِ مُوسَى
١	ك	٧٢	الجن	إِنَّا سَمِعْنَا قُرْآنًا عَجَبًا
١٣	ك	٧٢	الجن	وَأَنَّا لَمَّا سَمِعْنَا الْهُدَى آمَنَّا بِهِ
٩٣	م	٢	البقرة	سَمِعْنَا وَعَصَيْنَا وَأُشْرِبُوا فِى قُلُوبِهِمُ الْعِجْلَ بِكُفْرِهِمْ
٢٨٥	م	٢	البقرة	وَقَالُوا سَمِعْنَا وَأَطَعْنَا غُفْرَانَكَ رَبَّنَا وَإِلَيْكَ الْمَصِيرُ
١٩٣	م	٣	آل عمران	رَبَّنَا إِنَّنَا سَمِعْنَا مُنَادِيًا يُنَادِى لِلإِيمَانِ أَنْ آمِنُوا بِرَبِّكُمْ فَآمَنَّا
٤٦	م	٤	النساء	وَيَقُولُونَ سَمِعْنَا وَعَصَيْنَا وَاسْمَعْ غَيْرَ مُسْمَعٍ
٤٦	م	٤	النساء	وَلَوْ أَنَّهُمْ قَالُوا سَمِعْنَا وَأَطَعْنَا وَاسْمَعْ وَانْظُرْنَا لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ
٧	م	٥	المائدة	وَاذْكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَمِيثَاقَهُ الَّذِى وَاثَقَكُمْ بِهِ إِذْ قُلْتُمْ سَمِعْنَا وَأَطَعْنَا
٢١	م	٨	الأنفال	وَلاَ تَكُونُوا كَالَّذِينَ قَالُوا سَمِعْنَا وَهُمْ لاَ يَسْمَعُونَ
٣١	م	٨	الأنفال	قَدْ سَمِعْنَا لَوْ نَشَاءُ لَقُلْنَا مِثْلَ هَذَا إِنْ هَذَا إِلاَّ أَسَاطِيرُ الأَوَّلِينَ
٦٠	ك	٢١	الأنبياء	قَالُوا سَمِعْنَا فَتًى يَذْكُرُهُمْ يُقَالُ لَهُ إِبْرَاهِيمُ
٢٤	ك	٢٣	المؤمنون	وَلَوْ شَاءَ اللَّهُ لأَنْزَلَ مَلاَئِكَةً مَا سَمِعْنَا بِهَذَا فِى آبَائِنَا الأَوَّلِينَ
٥١	ك	٢٤	النور	أَنْ يَقُولُوا سَمِعْنَا وَأَطَعْنَا وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

المأمومين فى ذلك الوقت من الاستماع للخطبة و الإنصات لها، و ما أبيح لهم من الأفعال و ما نهوا عنه.

حديث رقم: ٨٧١٢

مسند أحمد تتمة مسند أبى هريرة رضى الله تعالى عنه تتمة مسند أبى هريرة رضى الله تعالى عنه حدثنا إبراهيمُ بن موسى أخبرنا عيسى ثنا عبد الرحمن بن يزيد بن جابر قال حدثنى عطاء الخراسانى عن مولى امرأته أم عثمان قال سمعت عليا رضى الله عنه على منبر الكوفة يقول: (إذا كان يوم الجمعة غدت الشياطين براياتها إلى الأسواق فيرمون الناس بالترابيث أو الربائث ويثبطونهم عن الجمعة وتغدو الملائكة فيجلسون على أبواب المسجد فيكتبون الرجل من ساعة والرجل من ساعتين حتى يخرج الإمام فإذا جلس الرجل مجلسا يستمكن فيه من الاستماع والنظر فأنصت ولم يلغ كان له كفلان من أجر فإن نأى وجلس حيث لا يسمع فأنصت ولم يلغ كان له كفل من أجر وإن جلس مجلسا يستمكن فيه من الاستماع والنظر فلغا ولم ينصت كان له كفل من وزر ومن قال يوم الجمعة لصاحبه صه فقد لغا ومن لغا فليس له فى جمعته تلك شيء ثم يقول فى آخر ذلك سمعت رسول الله صلى الله عليه وسلم يقول ذلك قال أبو داود رواه الوليد بن مسلم عن بن جابر قال بالربائث وقال مولى امرأته أم عثمان بن عطاء).

الحكم على الكتاب بشكل عام: ذكر الإمام أبو داود مصنف هذا الكتاب أن الأحاديث التى فى كتابه هى أصح ما عرف فى الباب وقال ما كان فى كتابى من حديث فيه وهن شديد فقد بينته وما لم أذكر فيه شيئا فهو صالح

حديث رقم: ٢١٥٤سنن أبى داود كتاب النكاح باب ما يؤمر به من غض البصرحدثنا قتيبة بن سعيد ثنا الليث عن بن عجلان عن القعقاع بن حكيم عن أبى صالح عن أبى هريرة عن النبى صلى الله عليه وسلم: (بهذه القصة قال والأذن زناها الاستماع).

الحكم على الكتاب بشكل عام: ذكر الإمام أبو داود مصنف هذا الكتاب أن الأحاديث التى فى كتابه هى أصح ما عرف فى الباب وقال ما كان فى كتابى من حديث فيه وهن شديد فقد بينته وما لم أذكر فيه شيئا فهو صالح

سنن البيهقى الكبرى كتاب صلاة العيدين باب الاستماع للخطبة فى العيدين

باب الاستماع للخطبة فى العيدين . قد مضت الأخبار المسندة فى الاستماع للخطبة فى الجمعة، والاستماع للخطبة فى العيدين قياس عليه.

حديث رقم: ٥٩٢٧

سنن البيهقى الكبرى كتاب الجمعة باب الإنصات للخطبة و إن لم يسمعها

أخبرنا أبو سعيد محمد بن موسى بن الفضل ثنا أبو العباس محمد بن يعقوب ثنا العباس بن الوليد بن مزيد أخبرنى أبى ثنا ابن جابر حدثنى عطاء الخراسانى عن مولى لامرأته أم عثمان قال:: (سمعت علياً رضى الله عنه على المنبر يقول: إذا كان يوم الجمعة غدت الشياطين براياتها إلى الأسواق يأخذون الناس بالربائث و يذكرونهم الحوائج و يثبطونهم عن الجمعة، و تغدو الملائكة براياتها إلى المساجد يكتبون على رجل الساعة التى جاء فيها، فلان جاء من ساعة، فلان جاء من ساعتين، فإذا الرجل جلس مجلساً يستمكن فيه من الاستماع و النظر و أنصت و لم يلغ، كان له كفلان من الأجر، و إذا جلس فيه مجلساً فنأى و أنصت و لم يلغ كان له كفل من الأجر، و من جلس مجلساً يستمكن فيه من الاستماع و النظر فلغا و لم ينصت كان عليه كفلان أو قال كفل من وزر، و من قال لأخيه يوم الجمعة: صه، فقد لغا، و من لغا فليس له من جمعته شىء، ثم يقول فى آخر ذلك: قد سمعت رسول الله صلى الله عليه و سلم و هو يقول ذلك.

حديث رقم: ١٣٧٩٧

سنن البيهقى الكبرى كتاب النكاح باب تحريم النظر إلى الأجنبيات من غير سبب مبيح

أخبرنا محمد بن عبد الله الحافظ ثنا أبو الفضل بن إبراهيم ثنا أحمد بن سلمة ثنا إسحاق بن منصور ثنا المخزومى يعنى أبا هشام ثنا وهيب ثنا سهيل عن

أبيه عن أبى هريرة رضى الله عنه: (عن النبى صلى الله عليه و سلم قال: كتب على ابن آدم نصيبه من الزنا، مدرك ذلك لا محالة، فالعينان زناهما النظر، والأذنان زناهما الاستماع، و اللسان زناه الكلام، و اليد زناها البطش، و الرجل زناها الخطا، و القلب يهوى و يتمنى، و يصدق ذلك الفرج و يكذبه، رواه مسلم فى الصحيح عن إسحاق بن منصور.

حديث رقم: ١٧٩٦

شعب الإيمان الثامن عشر من شعب الإيمان و هو باب فى نشر العلم وألا يمنعه فصل. قال: و ينبغى لطالب العلم أن يكون تعلمه و للعالم أن يك الناس من يشترى لهو الحديث قال: هو اشتراؤه المغنى و المغنية بالمال الكثير، و الاستماع إليه و إلى مثله من الباطل). أخبرنا أبو عبد الله الحافظ و محمد بن موسى قالا ثنا أبو العباس محمد بن يعقوب ثنا عبد الله بن أحمد بن حنبل حدثنى أبى ثنا أبو الجهم عبد القدوس بن برك بن خنيس عن محمد بن النضر الحارثى قال:: (كان يقال أول التعليم الإنصات له ثم الاستماع له ثم حفظه ثم العمل ثم النشر.).

حديث رقم: ٥٤٣٠

شعب الإيمان السابع و الثلاثون من شعب الإيمان و هو باب فى تحريم الفروج والسابع و الثلاثون من شعب الإيمان و هو باب فى تحريم الفروج وأخبرنا أبو على الروذبارى ثنا أبو بكر بن داسة ثنا قتيبة ثنا الليث عن ابن عجلان عن القعقاع بن حكيم عن أبى صالح عن أبى هريرة: (عن النبى صلى الله عليه و سلم بهذه القصة قال: و الأذنان زناهما الاستماع.).

الإنصات فى القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة:

أولا الإنصات فى القرآن الكريم

الكلمة	التكرار
سَمِعَتْ	١

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
٢٠٤	ك	٧	الأعراف	وَإِذَا قُرِئَ الْقُرْآنُ فَاسْتَمِعُوا لَهُ وَأَنْصِتُوا لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ
٢٩	ك	٤٦	الأحقاف	فَلَمَّا حَضَرُوهُ قَالُوا أَنْصِتُوا فَلَمَّا قُضِيَ وَلَّوْا إِلَى قَوْمِهِمْ مُنْذِرِينَ

ثانيا الإنصات فى الحديث الشريف:

حديث رقم: ٨٤٣

صحيح البخارى كتاب الجمعة باب الدهن للجمعة

حدثنا آدم قال حدثنا بن أبى ذئب عن سعيد المقبرى قال أخبرنى أبى عن بن وديعة عن سلمان الفارسى قال قال النبى صلى الله عليه وسلم: (لا يغتسل رجل

يوم الجمعة ويتطهر ما استطاع من طهر ويدهن من دهنه أو يمس من طيب بيته ثم يخرج فلا يفرق بين اثنين ثم يصلى ما كتب له ثم ينصت إذا تكلم الإمام إلا غفر له ما بينه وبين الجمعة الأخرى). رواه البخارى

حديث رقم: ١٠٥١

سنن أبى داود كتاب الصلاة باب فضل الجمعة

حدثنا إبراهيم بن موسى أخبرنا عيسى ثنا عبد الرحمن بن يزيد بن جابر قال حدثنى عطاء الخراسانى عن مولى امرأته أم عثمان قال سمعت عليا رضى الله عنه على منبر الكوفة يقول: (إذا كان يوم الجمعة غدت الشياطين براياتها إلى الأسواق فيرمون الناس بالترابيث أو الربائث ويثبطونهم عن الجمعة وتغدو الملائكة فيجلسون على أبواب المسجد فيكتبون الرجل من ساعة والرجل من ساعتين حتى يخرج الإمام فإذا جلس الرجل مجلسا يستمكن فيه من الاستماع والنظر فأنصت ولم يلغ كان له كفلان من أجر فإن نأى وجلس حيث لا يسمع فأنصت ولم يلغ كان له كفل من أجر وإن جلس مجلسا يستمكن فيه من الاستماع والنظر فلغا ولم ينصت كان له كفل من وزر ومن قال يوم الجمعة لصاحبه صه فقد لغا ومن لغا فليس له فى جمعته تلك شىء ثم يقول فى آخر ذلك سمعت رسول الله صلى الله عليه وسلم يقول ذلك قال أبو داود رواه الوليد بن مسلم عن بن جابر قال بالربائث وقال مولى امرأته أم عثمان بن عطاء).

الحكم على الكتاب بشكل عام: ذكر الإمام أبو داود مصنف هذا الكتاب أن الأحاديث التى فى كتابه هى أصح ما عرف فى الباب وقال ما كان فى كتابى من حديث فيه وهن شديد فقد بينته وما لم أذكر فيه شيئا فهو صالح

حديث رقم: ١٧٧٥

صحيح ابن خزيمة كتاب الجمعة باب فضل إنصات المأموم عند خروج الإمام قبل الابتداء فى الخطبة

ثنا أبو طاهرثنا أبو بكر، ثنا محمد بن شوكر بن رافع البغدادى، ثنا يعقوب بن

إبراهيم، ثنا أبى، عن أبى إسحاق، حدثنى محمد بن إبراهيم التيمى، عن عمران بن أبى يحيى، عن عبد الله بن كعب بن مالك، عن أبى أيوب الأنصارى،: (سمعت رسول الله صلى الله عليه و سلم: يقول: من اغتسل يوم الجمعة، ومس من طيب إن كان عنده، و لبس من أحسن ثيابه، ثم خرج إلى المسجد فيركع إن بدا له، و لم يؤذ أحد ثم أنصت إذا خرج إمامه حتى يصلى، كان كفارة لما بينها و بين الجمعة الأخرى.

قال أبو بكر: هذا من الجنس الذى أقول: إن الإنصات عند العرب قد يكون الإنصات عن مكالمة بعضهم بعضا دون قراءة القرآن و دون ذكر الله و الدعاء، كخبر أبى هريرة: كانوا يتكلمون فى الصلاة فنزلت، و إذا قرئ القرآن فاستمعوا له و أنصتوا فإنما زجروا فى الآية عن مكالمة بعضهم بعضا، و أمروا بالإنصات عند قراءة القرآن: الإنصات عن كلام الناس لا عن قراءة القرآن والتسبيح والتكبير و الذكر و الدعاء، إذ العلم محيط أن النبى صلى الله عليه و سلم لم يرد بقوله: ثم أنصت إذا خرج الإمام حتى يصلى أن ينصت شاهد الجمعة فلا يكبر مفتتحاً لصلاة الجمعة، ولا يكبر للركوع، و لا يسبح فى الركوع، و لا يقول ربنا لك الحمد بعد رفع الرأس من الركوع، و لا يكبر عند الإهواء إلى السجود، و لا يسبح فى السجود، و لا يتشهد فى القعود، و هذا لا يتوهمه من يعرف أحكام الله و دينه فالعلم محيط أن معنى الإنصات فى هذا الخبر: عن مكالمة الناس، لا عما أمر المصلى من التكبير و القراءة و التسبيح و الذكر الذى أمر به فى الصلاة، فهكذا معنى خبر النبى صلى الله عليه و سلم - إن ثبت - و إذا قرئ فأنصتوا، أى أنصتوا عن الكلام الناس. و قد بينت معنى الإنصات، و على كم معنى ينصرف هذا اللفظ فى المسألة التى أمليتها فى القراءة خلف الإمام).

حديث رقم: ١٠٢٨

مستدرك الحاكم كتاب الجمعة كتاب الجمعة

أخبرنا أبو عبد الله محمد بن أحمد بن موسى القاضى إملاء، ثنا محمد بن

أيوب، أنبأ الربيع الزهرانى، و يحيى بن المغيرة قالا: ثنا جرير بن عبد الحميد، عن منصور، عن أبى معشر، عن إبراهيم، عن علقمة، عن قرثع الضبى: (قال لى رسول الله صلى الله عليه و سلم: يا سلمان ما يوم الجمعة؟ قلت: الله و رسوله أعلم قال: يا سلمان يوم الجمعة فيه جمع أبوك أو أبوكم و أنا أحدثك عن يوم الجمعة ما من رجل يتطهر يوم الجمعة كما أمر ثم يخرج من بيته حتى يأتى الجمعة فيقعد و ينصت حتى يقضى صلاته إلا كان كفارة لما قبله من الجمعة).

هذا حديث صحيح الإسناد و احتج الشيخان بجميع رواته غير قرثع سمعت أبا على القارى يقول: أردت أن أجمع مسانيد قرثع الضبى، فإنه من زهاد التابعين فلم يسند تمام العشرة.

حديث رقم: ١٥٧٤٣

مسند أحمد حديث أوس بن أبى أوس الثقفى و هو أوس بن حذيفة رضى الله تعالى عنه حديث أوس بن أبى أوس الثقفى و هو أوس بن حذيفة رضى الله تعالى

قال حدثنا عبد الله حدثنى أبى ثنا الحكم بن نافع قال: ثنا إسماعيل بن عياش عن راشد بن داود الصنعانى عن أبى الأشعث الصنعانى عن أوس بن أوس الثقفى: (عن النبى صلى الله عليه و سلم قال: من اغتسل يوم الجمعة و غسل، ثم ابتكر و غدا إلى المسجد، ثم جلس قريباً من الإمام حتى ينصت، كان له بكل خطوة عمل سنة، صيامها و قيامها).

حديث رقم: ٢٣٢١٧

مسند أحمد حديث سلمان الفارسى رضى الله عنه حديث سلمان الفارسى رضى الله عنه

حدثنى أبى ثنا عفان ثنا أبو عوانة عن مغيرة عن أبى معشر عن إبراهيم عن علقمة عن قرشع الضبى عن سلمان الفارسى قال:: (قال رسول الله صلى الله عليه و سلم: أتدرى ما يوم الجماعة؟ قلت: نعم، - قال: لا أدرى زعم سأله الرابعة أم لا - قال: قلت: هو اليوم الذى جمع فيه أبوه أو أبوكم، قال النبى صلى الله عليه

و سلم: ألا أحدثك عن يوم الجمعة؟ لا يتطهر رجل مسلم، ثم يمشى إلى المسجد، ثم ينصت حتى يقضى الإمام صلاته، إلا كان كفارة لما بينها و بين الجمعة التى بعدها ما اجتنبت المقتلة).

حديث رقم: ٢٣٢١٣

مسند أحمد حديث سلمان الفارسى رضى الله عنه حديث سلمان الفارسى رضى الله عنه

حدثنى أبى ثنا أبو النضر عن ابن أبى ذئب عن سعيد المقبرى أخبرنى أبى عن عبد الله بن وديعة عن سلمان الخير: (أن النبى صلى الله عليه و سلم قال: لا يغتسل الرجل يوم الجمعة، و يتطهر بما استطاع من طهر، ثم يدهن من دهنه أو يمس من طيب بيته، ثم يروح فلم يفرق بين اثنين، ثم صلى ما كتب له، ثم ينصت إذا تكلم الإمام، إلا غفر له ما بينه و بين الجمعة الأخرى).

حديث رقم: ٢٣١٩٨:

مسند أحمد حديث سلمان الفارسى رضى الله عنه حديث سلمان الفارسى رضى الله عنه

حدثنى أبى ثنا حجاج بن محمد ثنا ابن أبى ذئب عن سعيد المقبرى قال: أخبرنى أبى عن عبد الله بن وديعة عن سلمان الخير: (عن النبى صلى الله عليه و سلم أنه قال: لا يغتسل رجل يوم الجمعة و يتطهر بما استطاع من طهر، ويدهن من دهنه أو يمس من طيب بيته، ثم يروح إلى المسجد فلا يفرق بين اثنين، ثم يصلى ما كتب الله له، ثم ينصبت للإمام إذا تكلم، إلا غفر له ما بينه و بين الجمعة الأخرى).

حديث رقم: ٥٤٢٠

مصنف عبد الرزاق كتاب الجمعة باب ما يقطع الجمعة

معمر بن راشد عن يحيى بن أبى كثير عن النبى صلى الله عليه وسلم قال:: (من أدرك الخطبة فقد أدرك الجمعة، ومن لم يدرك الخطبة فقد أدرك الصلاة،

ومن دنا من الإمام فاستمع وأنصت كان له كفلان من الأجر، ومن لم يستمع ولم ينصت كان عليه كفلان من الوزر، ومن قال: صه والإمام فقد لغا، ومن لغا فلا جمعة له، أو قال: فلا شيء له).

حديث رقم: ٢٨١١

مصنف عبد الرزاق كتاب الصلاة باب القراءة خلف الإمام

عبد الرزاق عن معمر و ابن جريج عن الزهرى عن سالم ابن عبد الله قال::

(يكفيك قراءة الإمام فيما يجهر فى الصلاة، قال ابن جريج: وحدثنى ابن شهاب عن سالم أن ابن عمر كان يقول: ينصت للإمام فيما يجهر به فى الصلاة ولا يقرأ معه).

حديث رقم: ٥٩٢٧

سنن البيهقى الكبرى كتاب الجمعة باب الإنصات للخطبة و إن لم يسمعها

أخبرنا أبو سعيد محمد بن موسى بن الفضل ثنا أبو العباس محمد بن يعقوب ثنا العباس بن الوليد بن مزيد أخبرنى أبى ثنا ابن جابر حدثنى عطاء الخراسانى عن مولى لامرأته أم عثمان قال:: (سمعت علياً رضى الله عنه على المنبر يقول: إذا كان يوم الجمعة غدت الشياطين براياتها إلى الأسواق يأخذون الناس بالربائث و يذكرونهم الحوائج و يثبطونهم عن الجمعة، و تغدو الملائكة براياتها إلى المساجد يكتبون على رجل الساعة التى جاء فيها، فلان جاء من ساعة، فلان جاء من ساعتين، فإذا الرجل جلس مجلساً يستمكن فيه من الاستماع و النظر و أنصت و لم يلغ، كان له كفلان من الأجر، و إذا جلس فيه مجلساً فنأى و أنصت و لم يلغ كان له كفل من الأجر، و من جلس مجلساً يستمكن فيه من الاستماع و النظر فلغا و لم ينصت كان عليه كفلان أو قال كفل من وزر، ومن قال لأخيه يوم الجمعة: صه، فقد لغا، و من لغا فليس له من جمعته شىء، ثم يقول فى آخر ذلك: قد سمعت رسول الله صلى الله عليه و سلم و هو يقول ذلك. أخرجه أبو داود فى كتاب السنن).

حديث رقم: ٦٠٥٠

سنن البيهقى الكبرى كتاب الجمعة باب السنة فى التنظيف يوم الجمعة بغسل و أخذ شعر و ظفر و علاج

أخبرنا أبو الحسين محمد بن الحسين بن الفضل القطان ببغداد أنبأ أبو عمرو عثمان بن أحمد ابن السماك ثنا محمد بن عبيد الله ابن المنادى ثنا شبابة بن سوار (ح و أخبرنا) أبو عبد الله الحافظ ثنا أبو العباس محمد بن يعقوب ثنا الحسن بن مكرم: (أن رسول الله صلى الله عليه و سلم قال: من اغتسل يوم الجمعة، و تطهر ما استطاع من طهره، و مس من دهن بيته أو طيبه، ثم راح إلى الجمعة فصلى ما بدا له، فإذا خرج الإمام استمع و أنصت، غفر له ما بينه و بين الجمعة الأخرى. لفظ حديث أبى عبد الله.

و فى رواية القطان عن عبد الله بن وديعة عن سلمان الخير عن رسول الله صلى الله عليه و سلم أنه قال: لا يغتسل رجل يوم الجمعة، ثم يمس من دهنه أو طيب أهله، ثم يأتى المسجد لا يفرق بين اثنين، ثم ينصت إذا تكلم الإمام، إلا غفر له ما بينه و بين الجمعة الأخرى. رواه البخارى فى الصحيح عن آدم بن أبى إياس عن ابن أبى ذئب قريباً من لفظ حديث شبابة، إلا أنه ذكر: و يتطهر ما استطاع من طهر.

و رواه صالح بن كيسان عن سعيد المقبرى عن أبيه عن أبى هريرة.).

حديث رقم: ٢٩٨٤

شعب الإيمان باب الحادى و العشرين من شعب الإيمان و هو باب فى الصلوات فضل الجمعة أخبرنا أبو الحسين بن الفضل أنا عبد الله بن جعفر النحوى ثنا يعقوب بن سفيان ثنا أبو الوليد هشام بن عبد الملك ثنا أبو عوانة عن المغيرة عن زياد بن كليب عن إبراهيم عن علقمة عن قرثع عن سلمان قال:: (قال رسول الله صلى الله عليه و سلم:

أتدرون ما يوم الجمعة؟.

قال: قلنا الله و رسوله أعلم. قال ثم قال أتدرون ما يوم الجمعة؟ قال: قلت الله و رسوله أعلم قال ثم قال أتدرون ما يوم الجمعة؟ قال قلت الله و رسوله أعلم قال فقلت فى الثالثة أو فى الرابعة هو اليوم الذى جمع فيه أبوك أو أبوكم.

قال: إنى أخبركم عن يوم الجمعة ما من مسلم يتطهر ثم يمشى إلى المسجد ثم ينصت حتى يقضى الإمام صلاته إلا كانت له كفارة ما بينه و بين بهذا المعنى وزاد قال لا و لكن أحدثكم عن يوم الجمعة).

شعب الإيمان السابع والخسمون من شعب الإيمان و هو باب فى حسن الخلق السابع والخمسون من شعب الإيمان و هو باب فى حسن الخلق

السابع والخمسون من شعب الإيمان و هو باب فى حسن الخلق. و دخل فى هذا كظم الغيظ و لين الجانب و التواضع. قال الإمام أحمد: و معنى حسن الخلق سلامة النفس نحو الأرفق الأحمد من الأفعال و قد يكون ذلك فى ذات الله تعالى و قد يكون فيما بين الناس و هو فى ذات الله عز و جل أن يكون العبد منشرح الصدر بأوامر الله و نواهيه يفعل ما فرض عليه طيب النفس به سلساً نحوه وينتهى عما حرم عليه واسعاً به غير متضجر منه و يرغب فى نوافل الخير و ترك وكثيرًا من المباح لوجه الله تعالى إذا رأى أن تركه أقرب إلى العبودة من فعله متبشرًا لذلك غير ضجر منه و لا متعسر به و هو فى المعاملات بين الناس أن يكون سمحاً بحقوقه لا يطالب غيره بها ويوفى ما يجب لغيره عليها منه فإن مرض فلم يعد أو قدم من سفر فلم يزر أو سلم فلم يرد عليه أو ضاف فلم يكرم أو شفع فلم يجب أو أحسن فلم يشكر أو دخل على قوم فلم يمكن، أو تكلم فلم ينصت له أو استأذن على صديق فلم يأذن له، أو خطب فلم يزوج، أو استمهل الدين فلم يمهل أو استنقص فلم ينقص و ما أشبه ذلك لم يغضب و لم يعاقب ولم يتنكر من حاله حال، و لم يستشعر فى نفسه أنه قد جفى و أوحش و أنه يقال كل ذلك إذا وجد السبيل إليه بمثله بل يضم أنه لا يعتد بشىء من ذلك و يقابل كلا منه بما هو أحسن و أفضل و أقرب إلى البر و التقوى و أشبه بما يحمد ويرضى

ثم يكون فى اتقاء ما يكون عليه كهوفى حظ ما يكون له فإذا مرض أخوه المسلم عاده و إن جاءه فى شفاعة و إن استمهله فى قضاء دين أمهله و إن احتاج منه إلى معونة أعانه و إن استسمحه فى بيع سمح له و لا ينظر إلى أن الذى عامله كيف كانت معاملته إياه فيما خلا أو كيف يعامل الناس إنما يتخذ الأحسن إماماً لنفسه فينحو نحوه و لا يخالفه. و الخلق الحسن قد يكون غريزة وقد يكون مكتسباً و إنما يصح اكتسابه لمن كان فى غريزته أصل منه فهو يضم ما اكتسابه إليه ما يضمه و معلوم فى العادات أن ذا الرأى بمجالسته أولى الأحلام و النهى رأياً و إن العالم يزداد بمخالطة العلماء علماً و كذلك الصالح و العاقل بمجالسة الصلحاء و العقلاء فلا ينكر أن يكون ذو الخلق الجميل يزداد حسن الخلق بمجالسة أولى الأخلاق الحسنة و بالله التوفيق.

حديث رقم: ٦٨٠

صحيح البخارى كتاب الجماعة والإمامة باب من أسمع الناس تكبير الإمام

حدثنا مسدد قال حدثنا عبد الله بن داود قال حدثنا الأعمش عن إبراهيم عن الأسود عن عائشة رضى الله عنها قالت: (لما مرض النبى صلى الله عليه وسلم مرضه الذى مات فيه أتاه يؤذنه بالصلاة فقال مروا أبا بكر فليصل قلت إن أبا بكر رجل أسيف إن يقم مقامك يبك فلا يقدر على القراءة قال مروا أبا بكر فليصل فقلت مثله فقال فى الثالثة أو الرابعة إنكن صواحب يوسف مروا أبا بكر فليصل فصلى وخرج النبى صلى الله عليه وسلم يهادى بين رجلين كأنى أنظر إليه يخط برجليه الأرض فلما رآه أبو بكر ذهب يتأخر فأشار إليه أن صل فتأخر أبو بكر رضى الله عنه وقعد النبى صلى الله عليه وسلم إلى جنبه وأبو بكر يسمع الناس التكبير تابعه محاضر عن الأعمش). رواه البخارى

حديث رقم: ٩٩٩

صحيح البخارى كتاب الكسوف باب خطبة الإمام فى الكسوف وقالت عائشة وأسماء حدثنا يحيى بن بكير قال حدثنى الليث عن عقيل عن بن شهاب وحدثنى أحمد بن صالح قال حدثنا عنبسة قال حدثنا يونس عن ابن شهاب حدثنى عروة

عن عائشة زوج النبى صلى الله عليه وسلم قالت: (خسفت الشمس فى حياة النبى صلى الله عليه وسلم فخرج إلى المسجد فصف الناس وراءه فكبر فاقترأ رسول الله صلى الله عليه وسلم قراءة طويلة ثم كبر فركع ركوعا طويلا ثم قال سمع الله لمن حمده فقام ولم يسجد وقرأ قراءة طويلة هى أدنى من القراءة الأولى ثم كبر وركع ركوعا طويلا وهو أدنى من الركوع الأول ثم قال سمع الله لمن حمده ربنا ولك الحمد ثم سجد ثم قال فى الركعة الآخرة مثل ذلك فاستكمل أربع ركعات فى أربع سجدات وانجلت الشمس قبل أن ينصرف ثم قام فأثنى على الله بما هو أهله ثم قال هما آيتان من آيات الله لا يخسفان لموت أحد ولا لحياته فإذا رأيتموهما فافزعوا إلى الصلاة وكان يحدث كثير بن عباس أن عبد الله بن عباس رضى الله عنهما كان يحدث يوم خسفت الشمس بمثل حديث عروة عن عائشة فقلت لعروة إن أخاك يوم خسفت بالمدينة لم يزد على ركعتين مثل الصبح قال أجل لأنه أخطأ السنة). رواه البخارى

حديث رقم: ٩٥٠

صحيح البخارى كتاب الوتر باب ساعات الوتر قال أبو هريرة أوصانى النبى

حدثنا أبو النعمان قال حدثنا حماد بن زيد قال حدثنا أنس بن سيرين قال قلت لابن عمر: (أرأيت الركعتين قبل صلاة الغداة أطيل فيهما القراءة فقال كان النبى صلى الله عليه وسلم يصلى من الليل مثنى مثنى ويوتر بركعة ويصلى الركعتين قبل صلاة الغداة وكأن الأذان بأذنيه قال حماد أى سرعة).رواه البخارى

حديث رقم: ١٠١٦

صحيح البخارى كتاب الكسوف باب الجهر بالقراءة فى الكسوف

حدثنا محمد بن مهران قال حدثنا الوليد قال أخبرنا بن نمر سمع بن شهاب عن عروة عن عائشة رضى الله عنها: (جهر النبى صلى الله عليه وسلم فى صلاة الخسوف بقراءته فإذا فرغ من قراءته كبر فركع وإذا رفع من الركعة قال سمع الله لمن حمده ربنا ولك الحمد ثم يعاود القراءة فى صلاة الكسوف أربع ركعات فى ركعتين وأربع سجدات وقال الأوزاعى وغيره سمعت الزهرى عن عروة عن

عائشة رضى الله عنها أن الشمس خسفت على عهد رسول الله صلى الله عليه وسلم فبعث مناديا بالصلاة جامعة فتقدم فصلى أربع ركعات فى ركعتين وأربع سجدات وأخبرنى عبد الرحمن بن نمر سمع بن شهاب مثله قال الزهرى فقلت ما صنع أخوك ذلك عبد الله بن الزبير ما صلى إلا ركعتين مثل الصبح إذ صلى بالمدينة قال أجل إنه أخطأ السنة تابعه سفيان بن حسين وسليمان بن كثير عن الزهرى فى الجهر.

حديث رقم: ١٠٠٠

صحيح البخارى كتاب الكسوف باب هل يقول كسفت الشمس أو خسفت وقال الله وخسف).

حدثنا سعيد بن عفير قال حدثنا الليث حدثنى عقيل عن بن شهاب قال أخبرنى عروة بن الزبير أن عائشة زوج النبى صلى الله عليه وسلم أخبرته: (أن رسول الله صلى الله عليه وسلم صلى يوم خسفت الشمس فقام فكبر فقرأ قراءة طويلة ثم ركع ركوعا طويلا ثم رفع رأسه فقال سمع الله لمن حمده وقام كما هو ثم قرأ قراءة طويلة وهى أدنى من القراءة الأولى ثم ركع ركوعا طويلا وهى أدنى من الركعة الأولى ثم سجد سجودا طويلا ثم فعل فى الركعة الآخرة مثل ذلك ثم سلم وقد تجلت الشمس فخطب الناس فقال فى كسوف الشمس والقمر إنهما آيتان من آيات الله لا يخسفان لموت أحد ولا لحياته فإذا رأيتموهما فافزعوا إلى الصلاة). رواه البخارى

مهارة التحدث والإلقاء

أولاً: مفهوم الحديث

يعد الحديث أحد وجهى الاتصال اللفظى.. الوجه الشفا هى.. وهو عبارة عن رموز لغوية منطوقة، تنقل أفكارنا ومشاعرنا واتجاهاتنا إلى الآخرين.

ويتم هذا الانتقال عبر وسائل متعددة:

* عبر وسائل الاتصال الشخصى المباشر: كالمناقشات والمحادثات الرسمية وغير الرسمية. والاجتماعات والزيارات والمقابلات والخطب والمؤتمرات.

* عبر وسائل الاتصال غير المباشر الإلكترونية. كالتليفون والدوائر التليفزيونية المغلقة.

* عبر وسائل الاتصال الجماهيرية كالإذاعة والتليفزيون والسينما والفيديو والكاسيت. وتختلف هذه الوسائل فيما بينها من حيث:

١- درجة المواجهة: ففى وسائل الاتصال الشخصى المباشر، نجد أن المتحدث يكون وجهًا لوجه مع المستقبل أو المستمع.. بعكس وسائل الاتصال الجماهيرية يكون الاتصال غير مباشر.

٢- رجع الصدى: يكون التجاوب والتعامل فوريًا وملحوظًا فى وسائل الاتصال الشخصى.. بخلاف وسائل الاتصال الجماهيرى التى يقل فيها هذا التجاوب ونحتاج من ثم إلى معينات أخرى للتعرف على رجع الصدى.

٣- درجة المشاركة: إن الفرصة لاشتراك المستقبل فى عملية الحديث متوافرة أكثر فى وسائل الاتصال الشخصى المباشر ووسائل الاتصال الشخصى غير المباشر الإلكترونية أكثر منها عبر وسائل الاتصال الجماهيرية.

وتشير كثير من الدراسات إلى أن الاتصال الشفاهى المباشر وجهًا لوجه له تأثيره الكبير على العملية الإقناعية، وعلى مواقف الناس.

كما أثبتت الدراسات أن الناس عادةً يميلون إلى التطرف فى مواقفهم بعد انتهاء النقاش.. ويكون هذا عادةً عندما يتفق المجتمعون على وجهة نظر واحدة. فكل شخص يؤيد وجهة النظر تلك. ولكن الاستماع إلى مزيد من الحجج والبراهين المؤيدة من أشخاص آخرين يقوى موقف المستمع، ويؤدى به إلى التمسك أكثر بما يعتقد، وهذا يعنى التعصب.

ومن ناحية أخرى فإن الاتصال الشفاهى أو الحديث عبر الوسائل المسموعة والمرئية.. لا يقل أهمية عن الحديث المباشر.. فهو أقدر على الاتصال بمجموعات أكبر من الناس وتقديم معلومات أوضح.

كما يتميز الاتصال الشفاهى المباشر وغير المباشر بوضوح شخصية المتحدث بصفة عامة، أكثر مما هى عليه فى الاتصال الكتابى.

أهمية الحديث:

وأهمية «حديث أو الكلام» لا تنبع فقط مما يتسم به من مزايا، وإنما لأنه يعد أعم أنواع الاتصال وأهمها على الإطلاق.. فنحن نتكلم أكثر مما نكتب. يقول سال زمان: «إن اللغة المنطوقة - الكلام - هى أعم الوسائل التى يتصل بها البشر وأهمها». وهذه الأهمية ليست مطلقة - وإنما هى مقيدة بمجموعة من المبادئ ينبغى أن يتبعها المشاركون فى الحديث أو التخاطب. وقد حدد «بول» وجريس هذه المبادئ كما يلى:

(١) مبدأ العمل المشترك: PRINCIPLE OF CO-OPERATION

وذلك بأن تجعل إسهامك فى التخاطب بحسب الحاجة، أى يقع فى الحال التى ينبغى أن يقع فيها، وفقًا للغرض المقبول، ووفقًا لاتجاه المبادلة الكلامية التى دخلت فيها.

(٢) مبدأ الكمية: PRINCIPLE OF QUANTITY

وذلك بأن تجعل إسهامك معلمًا informative بالقدر المطلوب، لا أكثر. وينبغى له حتى يكون معلمًا، أن تعطى أحدهم معلومة جديدة أو غير متوقعة، إذا سنحت المناسبة لهذا.

(٣) مبدأ الكيفية: PRINCIPLE OF QUALITY

ويختص بالصدق؛ أى ألا تقول ما تعتقده خطأ، أو ما تجد نفسك معه محتاجًا إلى دليل مناسب. ويطلق هذا المبدأ على النصوص العلمية فى صرامة أشد مما تعرفه المحادثة. ولكن ينظر إليه فى المحادثة - بعامة - على أنه مما يجبر عليه المرء اجتماعيًا.

(٤) مبدأ العلاقة :PRINCIPLE OF RELATION

ويعنى النظر إلى مدى مناسبة الإسهام. ولهذه المناسبة مظهران اثنان على الأقل: (أحدهما) نوعية المعرفة التى ترتبط بمحور بعينه، و(الآخر) نوعية المعرفة التى تفيد فى بلوغ هدفٍ بعينه.

(٥) مبدأ الطريقة :PRINCIPLE OF MANNER

ويشتمل على الطرق المتعددة التى تستخدم فى تنظيم النص وإنتاجه: كأن تتخذ طريقة صريحة واضحة؛ أى أن تقرر مقاصدك مما تقول على نحو مخطط له. ويتضمن مبدأ الطريقة توصية أخرى، هى أن تتجنب الإبهام فى تعبيرك. وأن تتجنب الغموض مع ضرورة الالتزام بالإيجاز.

التخطيط الجيد للحديث المنظم: إن الإعداد للحديث خطوة ضرورية ومهمة لنجاح الحديث.

و يختلف التخطيط والإعداد للحديث حسب نوعه، فهناك نوعان للحديث تتمثلان فى:

١- أحاديث عفوية يكون بها الإعداد عفويًا.

٢- أحاديث منظمة.

أحاديث عفوية:

ويختلف الأمر فى عملية الإعداد فى الأحاديث العفوية، عن الأحاديث المنظمة. ففى الأحاديث العفوية، يكون الإعداد عفويًا أيضًا، ويتلخص فى الوقوف على السبب الذى يجعل الحديث ضروريًا. ومستمع نعرفه ويعرفنا جيدًا، وقدر من المعرفة عن موضوع يتعلق باهتماماتنا، ومجال خبرتنا المشتركة.

أحاديث منظمة:

أما فى الأحاديث المنظمة كالمحادثات الرسمية فى مجال العمل، ومناقشات المتخصصين، والمناقشات التى تتم فى الندوات والمحاضرات والمؤتمرات والخطب

والمناظرات، وفى قاعات الدرس، وفى المقابلات الصحفية، واللقاءات الإذاعية والتليفزيونية. فى مثل هذه الحالات لابد من الإعداد الجيد للحديث.

وبصورة عامة فإن التخطيط الجيد للحديث المنظم يمكن أن يتبلور فى ثلاث مراحل هى:

المرحلة الأولى: الإعداد للحديث.

المرحلة الثانية: توجيه الحديث.

المرحلة الثالثة: تقييم الحديث.

وسنتحدث فيما يلى عن كل من هذه المراحل بإيجاز:

أولاً: مرحلة إعداد الحديث:

وتشتمل هذه المرحلة على مجموعة الخطوات الآتية:

(١) تحديد الهدف من الحديث:

عندما نتحدث فنحن نتصل، ونتصل لهدف، وهو التأثير فى الآخرين سواء للإمتاع، أو للإفادة، أو للإقناع، أو لقتل وقت الفراغ. وتحديد الهدف يعنى بصورة أساسية الإجابة عن سؤال محدد: هو لماذا نتحدث؟ والإجابة على هذا السؤال تساعدنا فى تحديد قيمة الحديث، وفى معرفة مدى تقبل الآخر لما نقول.

فالحديث الناجح هو الذى تجمع المتحدث والمستمع فيه رابطة مشتركة، فهما يعملان معًا فى نشاط عقلى مشترك ويتفاعلان ويتعاونان معًا فى بناء الفكر، والمعنى الأول بتجسيد الرسالة وتشكيلها وتقديمها فى مستويات لغوية متعددة، لغة الرموز، ولغة الإشارات، ولغة الحركات الجسمية، والثانى بفك كود هذه الرسالة وتجميعها وفهمها واستكمال الفجوات التى تتضمنها بين السطور، أو تحتويها النظرات والإشارات والحركات المختلفة.

ولذلك إذا لم يتضمن الحديث شيئًا فلن يكون هناك تفاعل، وبالتالى فلن يكون هناك اتصال. ومن هنا تبرز أهمية الأهداف المشتركة لكل من المتحدث والمستمع.

وتحديد هذه الأهداف والانطلاق منها كمحور توجيهى للحديث أحد المقومات الأساسية للنجاح.

(٢) تحديد موعد إلقاء الحديث:

فى الأحاديث العفوية يتحدد الموعد المناسب بمدى استعداد الآخر لسماعنا، وبحالته النفسية والوجدانية. ولذلك فإن التحدث مع الشخص المرهق جسديًا أو عصبيًا أو نفسيًا، يعطى نتائج عكسية. أما فى المقابلات الإعلامية، ومقابلات الإرشاد النفسى، ومقابلات التوظيف، والمقابلات الإدارية داخل نطاق العمل، وكذلك فى الندوات والمؤتمرات وغير ذلك من الأشكال المنظمة، فيتم تحديد موعد محدد يتم الاتفاق عليه، أو تعلن به الأطراف المشتركة لضمان الاستعداد النفسى والعقلى للطرفين.

(٣) اختيار المكان المناسب:

فالمكان المناسب لمقابلة صحفية أو إذاعية مثلاً، يختلف عن مكان إجراء مقابلات الشكاوى. ويختلف عن مكان مقابلات الإقناع والتأثير. ومكان المحاضرة أو الندوة يختلف عن مكان الخطبة أو المؤتمر، ويؤخذ رأى المتحدث إذا كانت المقابلات فردية أو محدودة العدد، كما فى المقابلات الإعلامية، ومقابلات تبادل أحاديث الود والغرام ومكان عقد صفقات رجال الأعمال فتفضل فى هذه الحالة الأماكن الهادئة والرومانسية. أما عندما يكون عدد الجمهور كبيرًا، كما فى الخطب والندوات مثلاً، فيتم تحديد المكان بمعرفة الجهة المنظمة، بحيث يكون المكان معدًا إعدادًا جيدًا، من حيث الكراسى المريحة، والتهوية الجيدة، والبعد عن المؤثرات الصوتية المزعجة، وتوافر أجهزة تكبير الصوت والتسجيل.

(٤) تحديد نوعية الجمهور:

فى الأحاديث العابرة عندما نسأل شخصًا عن مكان ما، وفى أحاديث البيع والشراء، ليس ضروريًا معرفة المتحدث، أما عندما نجرى مقابلة صحفية مثلاً فهناك ندقق فى اختيار المتحدث، وفى معرفة شخصيته واتجاهاته وميوله وقدر درايته بموضوع الحديث. وذلك قبل إجراء الحديث معه ونفس الشىء بالنسبة

للمحاضرات والندوات والمؤتمرات والخطب... إلخ. لابد من دراسة الجمهور، والتعرف على أفراده من حيث عددهم، وأعمارهم، وحاجاتهم، وخبراتهم، وثقافاتهم، واتجاهاتهم. وهذه المعلومات تفيدنا فى جوانب الحديث المختلفة، عند إعداد مادة الحديث المناسبة لأفراد الجمهور، وفى تقديم المفاهيم المناسبة.

وفى اختيار لهجة الحديث ولغته.

كما تفيدنا فى تحديد الطرق المناسبة للعرض، وفى قيادة دفة الحديث بصورة تجذب انتباههم، وتثير اهتمامهم بموضوع الحديث.

(٥) اختيار مادة الحديث:

عندما نتحدث إلى الآخرين لا نتحدث فى موضوع لا نعرف عنه شيئا، وإنما نختار موضوعًا نعرف عنه الكثير. وتساعدنا موهبتنا، وفهمنا للآخرين، ولهدفنا من الحديث، فى اختيار المادة التى سيتناولها حديثنا، وتحديد تلك التى سنستبعدها والطريقة التى سنرتب بها المادة المنتقاة فى نظام منطقى ومترابط. وفى الوقت نفسه نحن نحرص على أن تكون معلوماتنا صحيحة وجدَيدة وصادقة وكافية ومتصلة بالموضوع الرئيسى. ويختلف قدر الجهد المبذول للحصول على المعلومات حسب طبيعة ونوعية الحديث.

ومما يساعد على الوضوح الالتزام بالخطوات الآتية:

وعند التخطيط لتنظيم مادتنا يفضل أن نستخدم أسلوب الهرم المعتدل. مقدمة لجذب الانتباه، ثم نورد التفاصيل والمعلومات والأدلة والبراهين، ثم خاتمة فيها ما تحدثنا فيه، أو لدفع المستمع لاتخاذ موقف. وقد يفضل البعض فى تنظيمه للمعلومات أسلوب التجزئة. فيعرض لفكرة رئيسية، ثم ملخصًا، ثم ينتقل إلى فكرة أخرى فملخص، وهكذا إلى أن يصل إلى الخاتمة فيلخص فيها كل أفكار الحديث. وخلال عرض المعلومات قد يعتمد البعض على ذاكرته تمامًا.

وفى أثناء مرحلة التخطيط للإعداد يجب أن تحدد المساعدات المرئية أو وسائل الإيضاح التى ستحتاج إليها، سواء لتلخيص المعلومات، أو للتوضيح، أو

للتفسير. وتضمن هذه الوسائل استخدام الشرائح أو الخرائط الهيكلية أو اللوحات المعلقة، وغير ذلك مما يساعدك على بلورة أفكارك وتوضيحها ويسهل فى الوقت نفسه على المستمعين مهمة المتابعة والفهم.

وفائدة الإعداد المسبق للنص هنا تتجلى فى أنها تساعد على قيادة دفة الحديث، وعدم الخروج عن الموضوع الأصلى، ولضمان استيفاء كافة الجوانب، حتى لا يبدو الحديث ناقصًا للقراء. كما أنها تجعل الصحفى أكثر ثقة فى نفسه، وأكثر دراية بموضوعه، وعلى قدر كبير من الباقى والاستعداد للحوار والمناقشة.

ثانيًا: مرحلة توجيه الحديث

تتضمن هذه المرحلة جوانب عديدة:

* المظهر الجيد: من خلال الثقة بالنفس، والملبس المناسب، والإشارات المناسبة، والتعبيرات المبهجة للوجه، وغير ذلك مما يظهرنا بالمظهر الودود. أيضًا حسن استخدام الوقفات فى بداية الحديث وأثناء الحديث، والإلقاء بالسرعة المناسبة التى تيسر المتابعة، وباللهجة المناسبة للحديث. مع التأكيد على نطق الكلمات والجمل الأساسية فى حديثك، والتكرار عند الضرورة.

* حسن الاستهلال: وحسن الخاتمة أيضًا مع التركيز فى الاستهلال على أهمية الموضوع ومناسبته.

* العرض المنظم والمناسب.

* استخدام اللغة المناسبة.

* الاهتمام بالمستمع والحرص على اجتذابه بصريًا بالحركات وبالإشارات والنظرات، ومخاطبة الجميع على قدر المساواة والاهتمام.

* استخدام الحركات الجسمية، والجمل الموضوعية عند الانتقال من جزئية لأخرى.

* تجنب الإفراط فى الاستعانة بالأوراق المكتوبة أو المذكرات التى تصرفك عن مستمعيك أو تشغلك عنهم، وكذلك الحركات العصبية، وتجنب التراخى والتثاؤب.

* تجنب التكرار للألفاظ اللاإرادية بين الجمل، والتى تشكل لوازم للبعض مثل واخدين بالكم - مش كده- خل يكو معايا... إلخ.

* استخدام وسائل الإيضاح فى الوقت المناسب وللغرض المحدد.

* التركيز على عملية تنظيم الوقت: خصص جزءًا من الوقت للاستهلال، وجزءًا لاستعراض موضوع الحديث وجزءًا ثالثًا لا يقل عن الخمس دقائق للخاتمة. والتمهيد لذلك بالتركيز على النقاط الرئيسية فى الحديث وتأكد خلال ذلك من أنك لم تنس أى نقطة مهمة.

* تجنب التطويل: فالدراسات تشير إلى أن مدى تركيز المستمع يقل كثيرًا بعد الخمسين دقيقة الأولى ويستحسن ألا تزيد فترة الحديث عن ذلك ويخصص الوقت المتبقى للإجابة عن الأسئلة.

* استخدام تكنيك الجمل القصيرة منذ بداية الحديث. فهى ذات وقت وتأثير على المتلقى وتساعد فى الوقت نفسه على الاختصار والتركيز.

* حدد الحديث بأربع أو خمس نقاط فقط، وعند الانتهاء منها كررها على المستمعين.

* ابدأ الحديث بملخص سريع للنقاط التى سوف تناقشها.

* يفضل البداية بالآراء المقبولة من قبل الجمهور لاجتذاب ثقتهم، ولا مانع من مناقشة وجهات النظر المعارضة.

* احرص على الخاتمة الجيدة التى تبلور الموضوع. وقد تنهى برواية قصة أو موقف، أو تجربة، أو آية قرآنية، أو بيت من الشعر. وقد تكون الخاتمة هى نفسها جملة البداية.

* احرص على الوقوف بصفة مستمرة على رجع الصدى، أو على استجابة الجمهور. ومن خلال ذلك تتحكم فى قدر ما تحققه من نجاح. كما أنك وفقًا لذلك تستطيع أن تتخذ قرارات فورية فيما يتعلق بالمعالجة للموضوع أو

، بطريق العرض بما يجذب الانتباه، والمهم أن تتسلسل فى الحديث، وأن تختار الوقت المناسب للخاتمة، وهو التوقيت الذى تشعر فيه بالرغبة أكثر لمزيد من الاستماع حتى لا ترهق مستمعيك أو ينشغلوا عنك أو يبدأوا فى الانصراف جماعات.

ثالثًا: مرحلة تقويم الحديث

عملية التقويم مرادفة للحديث ككل منذ لحظة الاستعداد تقوم كافة الخطوات الأولية بالاستعداد، وأثناء الحديث، من خلال رجع الصدى. وبعد الحديث، بإعادة الاستماع إليه أو بالاستماع إلى ملاحظات المستمعين. أو من خلال الاستبيانات التى توزعها بعض الجهات على المستمعين. ويمكنك من خلالها التعرف على إيجابياتك، كما يمكنك الوقوف على السلبيات التى عليك تلافيها فى الأحاديث القادمة.

أهم سمات المتحدث الناجح:

أولا: السمات الشخصية

(١) الموضوعية:

وتعنى قدرة المتحدث على السلوك والتصرف، وإصدار أحكام غير متحيزة، لعنصر أو رأى أو سياسة. أى العدالة فى الحكم على الأشياء، والوقوف على جانب الحق، حتى ولو لحق به الضرر. كما أنها تعنى التحدث بلسان مصالح المستمعين، وليس بلسان المصالح الخاصة.

(٢) الصدق:

المتحدث الصادق هو بالطبع الأكثر تأثيرًا فى مستمعيه، والصدق يعنى أن يعكس حديثك حقيقة مشاعرك وأفكارك وآرائك. أى المطابقة بين باطنك وما ظهر منك متمثلاً فى الكلام، ويعنى من ناحية أخرى مطابقة أقوالك لأفعالك وتصرفاتك. وحينئذ سيعكس حديثك قدرًا كبيرًا من الثقة بالنفس، لأنك ستبدو للآخرين أنت نفسك لا شخصًا آخر. وسيتسم حديثك بالتلقائية والطبيعية.

(٣) الوضوح:

لكى تكون متحدثًا ناجحًا يجب أن تكون قادرًا على التعبير عن أفكارك بوضوح. أن تكون لغتك بسيطة، ومادتك منظمة ومتسلسلة منطقيًا، وكلماتك واضحة وغير معقدة، وإذا استخدمت مصطلحات دقيقة غير واضحة للمستمع، فيجب شرحها وتبسيطها أثناء الحديث، وذلك لتتجنب أخطار سوء الفهم أو التفسير. ويعنى الوضوح أيضًا، التكلم بطريقة واضحة؛ أى النطق الواضح حتى يمكن للمستمع أن يسمع ويفهم كلماتك، وأن تتحدث مباشرة باهتمام ويقظة، حتى تعطى لمستمعك انطباعًا بأنك مهتم به، وفاهم لما يحدث حولك ومدركًا لما تقول.

(٤) الدقة:

وتعنى من ناحية، التأكد من أن الكلمات التى تستخدمها تؤدى المعنى الذى تقصده بعناية، ولذلك فأنت محتاج إلى حصيلة لغوية كبيرة تمكنك من اختيار الكلمات ذات المعنى الدقيق، لتلبية متطلبات حديثك.

ومن ناحية أخرى، تعنى دقة المعلومات التى تقدمها وصحتها. فعندما تتحدث إلى جمهورك تأكد أن مادتك دقيقة، وإذا لم تكن متأكدًا لا تخمن. فالأفضل لك حذف فقرة من حديثك، عن أن تورد معلومة خاطئة تعرضك لمخاطرة مراجعة الغير، وتفقدك فى الوقت نفسه مصداقيتك.

(٥) الحماس:

لا يكفى أن تعرف كل شىء عن موضوعك، وأن تؤمن به ولكن ينبغى أن تكون تواقًا للحديث عنه. فالحماس يجعل المتحدث أكثر حيوية وحرارة فى حديثه، أو أكثر ديناميكية.

(٦) القدرة على التذكر:

وتعنى حضور الذهن أثناء الحديث وذلك حتى لا يظهر الفتور فيما تقدمه للناس. بل حاول أن تضيف دائمًا معلومات جديدة أثناء الحديث، من خلال تذكر ما سبق أن قرأته، أو مشاهدته أو استمعت إليه.

ويلاحظ أن امتلاك الذاكرة القوية يساعد المتحدث على تذكر أسماء الشخصيات التى يتعامل معها، والظروف التى صاحبت ذلك. ولاشك أن تذكر أسماء الناس الذين نقابلهم، وألقابهم، وأسمائهم، له وقع كبير على نفسية المتحدث، ويزيد الروابط، ويقوى المعرفة.

(٧) **الاتزان الانفعالى:** ويقصد به أن يظهر المتحدث انفعاله بالقدر الذى يتناسب مع الموقف، وأن يكون متحكمًا فى انفعالاته.

وأحسن طريقة للتخلص من السمات غير الطبيعية للكلام، والناتجة عن عدم الاتزان الانفعالى، وما يترتب عليه من توتر وشد عصبى، هى اعتياد الاسترخاء. وذلك بأخذ نفس عميق والاحتفاظ به لفترة ثم إخراجه بالطريقة المعتادة أو بطريقة أكثر عمقًا من المعتاد فهذا يساعدك على استرخاء عضلاتك، واستعادة هدوئك.

(٨) **المظهر:**

يعكس مظهر المتحدث مدى رؤيته لنفسه. كما يحدد الطريقة التى نظر بها الآخرون إليه،ويشكلون بها أحكامهم عنه، حتى قبل أن يتكلموا. فمنه خلال الأثر البصرى العام الذى يحدثه المتحدث لدى الجمهور عند رؤيتهم له.

× النظافة والأناقة الشخصية.

× الملبس والمظهر المناسب للحالة.

× الصحة النفسية والبدنية.

وتمثل هذه الجوانب مجموعة الصفات الخارجية التى تعكس مظهر المتحدث. وترجع أهميتها إلى أنها أحد المداخل الرئيسية للنفس البشرية. فالناس عادةً يأخذها المظهر وتنجذب إليه، والنظافة والأناقة الشخصية شىء يستطيعه كل فرد، من خلال العناية بنظافة الجسم، والأسنان، والملابس، وغير ذلك مما يثمر جمال الظاهر. أما الباطن فضرورى له، العناية بالصحة النفسية. فكثير من المهن والأعمال، تحتاج لأن تمنح الأمان والاستقرار والهدوء لمن يتعاملون معنا، ولا نستطيع ذلك إذا كنا نحن أنفسنا كقائمين بالاتصال مفتقدين لهذا.

(٩) القدرة على التعبير الحركى:

حينما نتحدث إلى الآخرين، لا نستخدم فقط مقدرتنا على استخدام الرموز اللغوية لنقل أفكارنا وآرائنا ومشاعرنا وما لدينا من معلومات إلى المستمع أو الجمهور وإنما نستخدم بالإضافة إلى ذلك مستويين آخرين للتعبير، يدعمان المعانى التى ينقلها المستوى اللغوى. وفى كثير من الأحيان يضيفان معانى أخرى أعم وأكثر وأشمل من معانى الاستخدام اللغوى للرموز، وهذان المستويان هما:

× المؤثرات الصوتية.

× السلوكيات الحركية والأوضاع الجسمية المختلفة.

ومن أمثال هذه السلوكيات:

وضع الجلوس. فوضعك أثناء الجلوس يحدد ما إذا كنت متحمسًا، أو متعبًا، أو مهتمًا أو غير مهتم.

ومن الحركات الجسمية أيضًا، الإشارات باللسان، أو الخد، أو العنق، أو الرأس، أو اليد، أو الإصبع، أو اليد مع الجبين، واليد مع اليد، وكلها لنقل دلالات محددة إلى الجمهور.

فالحركات الجسمية والإيماءات المصاحبة للحديث المنطوق تعد عملاً إضافيًا يحفظ للمشاركين فى الاتصال انشغالهم. بل إنها تدعم أوضاع الكلام وحالاته، وتؤمن له نظامه، وتحفظ له إيجابيته.

فالسلوكيات الحركية إذن، قناة اتصال خطيرة، وهى ولاشك جزء مكمل للنشاط الاتصالى اليومى الذى يمارسه كل فرد، وتحتاج إلى جهد كبير لتنميتها وتطويرها باعتبارها تمثل حوالى ٦٠٪ من وسائل الاتصال بين الناس، بينما تمثل نبرة الصوت ٣٠٪، والكلمات ١٠٪ فقط.

ثانيًا. السمات الصوتية

إن صوتك مهم بالنسبة لنجاحك كمتحدث، وإذا كنا لا نستطيع أن نغير أصواتنا، إلا أننا يمكننا تغيير طريقة النطق، من خلال التحكم فى الصوت رفعه أو خفضه وضبط نغمته وفقًا للظروف الخاصة.

أهم العوامل الخاصة بالنطق وتؤثر فى نجاح عملية التحدث:

(١) النطق بطريقة صحيحة:

ويعنى النطق الصحيح الالتزام بقواعد النحو والصرف. والالتزام بالنطق العام السائد للكلمات، والمتعارف عليه. كما يشير النطق إلى طريقتك الخاصة فى الضغط على الكلمات والمقاطع، لإعطاء تأثيرات معينة.

ولذلك تعد طريقة النطق من العوامل المهمة لنجاحك كمتحدث.

(٢) وضوح الصوت:

بمعنى أن يتمكن من سماع ما يقوله المتحدث، ففى الاجتماعات الضخمة، يجب أن يتأكد المتحدث من أن جميع الحضور يستطيعون سماع ما يقوله بوضوح. وإلا فيستخدم مكبرات للصوت.

(٣) السرعة:

السرعة التى تتكلم بها عامل مؤثر فى فعالية الحديث. فالحديث بسرعة كبيرة يجعل المستمع لا يتابعكم كما تود، وقد يتوقف عن سماعك، وخصوصًا إذا كانت السرعة طوال الوقت، لصعوبة الفهم، ولكن التنويع فى السرعة، يساعدكم على تأكيد الأهمية لما تقوله بأن تبطئ من سرعتك لتأكيد كلمات معينة، ولذلك فالمتحدث الجيد، هو الذى تتوافر لديه مهارة تنويع سرعة الحديث وفقًا لأهمية ما يقوله.

(٤) استخدام الوقفات:

والوقفات هى مواضع الوقوف أثناء الحديث، وقد تكون فى بداية الحديث لجذب انتباه الحضور، وقبل وبعد النقاط المهمة، وعند نهاية كل جملة مفيدة، كاستراحة للتنفس وأحيانًا نتوقف قبل أو بعد الكلمة، أو قبل التصريح بالنقطة المهمة فى الموضوع، لنعطى تأكيدًا معينًا، وتسمى هذه وقفة ناقصة؛ لأنها تعنى أن للكلام بقية. أما الوقفة القاطعة، وتأتى فى نهاية الكلام، للدلالة على إنهاء الكلام. وينبغى استخدام الوقفات فى مكانها الصحيح حتى نستطيع المساعدة فى

تحديد ونقل المعانى. فهى تؤثر على فهم المعنى، أو على إبراز معانى معينة، أو على جذب الانتباه، وإثارة الاهتمام. كما توفر من ناحية أخرى للمستمع الفرصة للفهم والاستيعاب.

ثالثًا: المقدرة الإقناعية:

الإقناع هو كسب تأييد الأفراد لرأى أو موضوع أو وجهة نظر معينة، وذلك عن طريق تقديم الأدلة والبراهين المؤيدة لوجهة النظر، بما يحقق الاستجابة لدى الأفراد.

والمقدرة الإقناعية، من السمات الأساسية للمتحدث المؤثر. وفيما يلى نذكر أهم السمات الإقناعية للمتحدث الناجح:

(١) القدرة على التحليل والابتكار:

وتعنى أن يكون المتحدث قادرًا على إدراك العلاقات بين العناصر المكونة لفكرته، وأن يكون قادرًا على تحليل هذه العلاقات. وذلك ليستطيع ابتكار مزيد من العلاقات. والتوصل إلى معان معينة، تؤيد فكرته، وتحقق مزيدًا من الإقناع.

(٢) القدرة على العرض والتعبير:

فأسلوب العرض يلعب دورًا كبيرًا لجذب الانتباه، ولكن يجب مراعاة طبيعة الموقف، والموضوع الذى يتم عرضه، حتى يظل أسلوب العرض وسيلة تساعد على الإقناع، ولا تتحول إلى هدف فى ذاتها.

(٣) القدرة على الضبط الانفعالى:

لأن انفعال المتحدث لتعبير معين، أو لنقد وجه له، قد يفقده قدرته على التركيز. وربما يدفعه إلى التصريح بأشياء ليس من المستحب ذكرها.

(٤) القدرة على تقبل النقد:

فالنقد أحد الظواهر الأساسية التى تبرز عند نقاش بعض الموضوعات وتبادل وجهات النظر، ويعنى حالة عدم الاقتناع برأى أو فعل معين.

ويرجع السبب فى توجيه النقد للمتحدث إلى عدة عوامل منها:

* عدم قدرة المتحدث على عرض الموضوع بطريقة جيدة تكسبه تأييد الآخرين.
* عدم اعتماده على الحقائق والمعلومات.
* حجب الحقائق والمعلومات المتعلقة عن أفراد الجمهور.
* أسباب شخصية خاصة بالمنتقد تجاه المتحدث.
* ميل بعض المستمعين إلى النقد لذاته، بصورة تشغلهم عن الموضوع أو العمل الأصلى.

وفى هذه الأحوال فلابد للمتحدث من أن تتوافر له القدرة على فهم الدوافع والأسباب الكامنة وراء النقد، والقدرة على تقبل انتقادات الغير، والاستفادة منها فى تطوير أدائه.

متطلبات الحديث المؤثر (الناجح)

الحديث المؤثر والاستماع الجيد وجهان لعملة واحدة، ونحن لا يمكننا تحديد مستلزمات الحديث المؤثر بمعزل عن مناقشة حقيقة الإصغاء الجيد باعتباره كما أشرنا سابقًا من العوامل الرئيسية المطلوبة لفهم الآخرين، ولاستمرار عملية التواصل والتعامل معهم، وبالتالى لاستمرار عملية تبادل الأحاديث.

أولا: متطلبات الحديث الناجح.

ثانيًا: متطلبات تتعلق بجمهور المستمعين ويضعها المتحدث فى اعتباره.

ثالثًا: متطلبات تتعلق بالبناء اللغوى الحديث.

أولاً: المتطلبات المتعلقة بالحديث:

ويمكننا حصر هذه المتطلبات فى:

(١) الاستهلال الجيد والختام الجيد:

أظهرت البحوث أنه عندما يستمع الأشخاص إلى حديث، أو يقرءون مقالاً، فإنهم يولون اهتمامًا كبيرًا إلى الجمل الافتتاحية والجمل الختامية، ولذلك ينبغى

علينا أن نبذل جهدًا مضاعفًا لجعل الجمل الافتتاحية جملاً مفيدة، وترجع أهمية الجملة الأولى، أو الافتتاحية، أو الاستهلال إلى أنها تساعد على جذب انتباه المستمع كمدخل أو كتمهيد لإثارة اهتمامه للاستماع إلى باقى الحديث، ولذلك فهى تصمم بحيث تقنع المستمع بأنه سيستفيد من حديثك.

(٢) تعدد استخدامنا للحواس:

يعد استخدام أكبر قدر من الحواس أحد العوامل المهمة لنجاح الاتصال. فالمتحدث ينقل أفكاره ومشاعره للمستمع من خلال الصوت ومستواه ونغمته وسرعته، ومن خلال التأكيد على نطق بعض الكلمات، واستخدام الإيماءات والإشارات وحركات الجسم وأعضائه، وحرص المتحدث على استخدام أكبر قدر من الحواس ينعكس من ناحية أخرى على ما يستخدمه المستمع من حواس لفهم واستيعاب الحديث.

(٣) السيطرة على دفة الحديث:

الاتصال عملية تفاعلية تسير فى اتجاهين من المتحدث إلى المستمع والعكس، وعندما يسير فى اتجاه واحد من المتحدث إلى المستمع فقط يفتقد الاتصال أحد أهم مقومات نجاحه، ومن الضرورى للمتحدث أن يستوعب هذه الحقيقة، وأن يدرك أن خير طريقة لإقناع المستمعين إليه، هى أن يستدرجهم إلى تولى دفة الحديث.

(٤) تعلم حسن الاستماع:

لكى تصبح متحدثًا بارعًا، كن أولاً مستمعًا جيدًا، وشجع الناس على الكلام عن أنفسهم وأعمالهم وأمجادهم وبطولاتهم، ومشكلاتهم ورغباتهم.

(٥) تجنب تقليد الآخرين:

لا تحاول تقليد المتحدثين الناجحين، وتصرف بصورة طبيعية، وكن صادقًا مع نفسك، واثقًا من قدراتك مقتنعًا بما تقول، ومتمكنًا منه، ومتمثلاً له، ومستمتعًا به، وهذه الجوانب مجتمعة تعنى ثقة المتحدث فى نفسه، وهذه الثقة ستنعكس

على طريقة أدائه، وعلى الجمهور، وتؤثر فى نظرة كل منهما إلى الآخر، وإلى موضوع الحديث.

(٦) معرفة رجع الصدى:

ورجع الصدى فى حالة الحديث يعنى ردود أفعال الجمهور تجاه ما تقول، وفى حالة الأحاديث المباشرة عبر وسائل الاتصال الشخصى يسهل الوقوف على رجع الصدى، بخلاف الأحاديث التى تقدم عبر وسائل الاتصال الجماهيرى، فيصعب التعرف عليه إلا عبر رسائل الجمهور، وتليفونات الاستفسار، وعبر البحوث الميدانية.

(٧) الاتجاه الطيب نحو الجمهور:

تؤثر نظرتك للجمهور على فاعليتك وعلى مدى نجاحك فى التأثير على المستمعين. فهم فى واقع الأمر أصدقاء لك وليسوا مصدر تهديد.

(٨) التلقائية فى الحديث:

تلقائية الحديث لا تعنى عدم الإعداد الجيد للحديث، ولكن تعنى تجنب حفظ الحديث.

فالالتزام بنص محدد يحفظه المتحدث ويلتزم به، كثيراً ما يؤدى إلى الحرج عندما ينسى المتحدث كلمة. فتتأثر بذلك طريقة الأداء، ويبد و طابعها التكلف، وينعكس ذلك فى الوقت نفسه على جمهور المستمعين الذين سيشعرون بالملل نتيجة لذلك.

(٩) الاعتراف بالخطأ:

الاعتراف بالخطأ فضيلة. فعندما نرتكب خطأ ما، أو يصحح لنا أحد المستمعين معلومة ما، فمن الخطأ الاستمرار فى الدفاع عن الخطأ، وعندما نفعل ذلك سيتمادى الآخر فى إثبات صحة رأيه، وتقديم المبررات الدالة على خطئنا، أما عندما نسلم بأخطائنا، فسرعان ما يتم تجاوز ذلك، وتتعزز مكانتنا.

ثانياً: متطلبات متعلقة بالجمهور يضعها المتحدث فى اعتباره

(١) معرفة اتجاهات المستمعين وميولهم تجاه الفكرة أو الموضوع:

فالمتحدث فى موضوع معين عليه عند إعداد أفكاره أن يتوقع اتجاهات الأفراد وميولهم، وعليه أيضًا خلال حديثه أن يحاول اكتشاف هذه الاتجاهات والميول من وجوه الحاضرين وتصرفاتهم.

(٢) البدء بنقط التشابه فى الآراء:

عندما يناقش المتحدث موضوعًا معينًا مع جماعة من الأفراد، فعليه أن يبدأ بتحديد عناصر هذا الموضوع، وأن يبدأ بتلك العناصر التى لا يختلف عليها الأفراد، والتى يوجد فيها اتفاق فى الآراء، ثم يتدرج إلى النقاط التى توجد فيها وجهات نظر مختلفة.

(٣) معالجة الأفكار الغير معلنة(المستترة):

وتقصد بها ما يوجد فى بعض الحالات من أفكار وآراء غير معلنة لدى بعض الأفراد تجاه الموضوع الذى تتم مناقشته، وهذه الأفكار المستترة يجب اكتشافها ومناقشتها، وإلا ستكون عائقًا فى سبيل الإقناع.

(٤) احترام آراء الآخرين:

عندما تتناقش مع الآخرين، ومهما كنت على صواب، فلا تقل للآخر أنه مخطئ ولو بمجرد نظرة أو إشارة أو لفتة؛ لأنه لن يقرك على ذلك. وبدلاً من ذلك قل له: إننى أرى رأيًا آخر.

(٥) إقرار أهمية الآخر:

إن الرغبة فى الشعور بالأهمية هى إحدى المميزات التى تفرق بين الإنسان وغيره من الكائنات، ولذلك نجد كثيرًا من المتحدثين يفرطون فى الحديث عن أنفسهم، وإبراز ما يتمتعون من مزايا وقدرات ومواهب.

(٦) دع الآخر يشعر أن الفكرة فكرته:

فالإنسان يعتز بالآراء التى يتوصل إليها بنفسه أكثر من تلك التى تقدم إليه مصنعة وكاملة التجهيز، ولكن إذا استطعت أن تجرع رأيك للشخص الآخر، وتجعله يشعر أنها فكرته، فلاشك أنه سيدافع عنها.

(٧) أسأل الآخر أسئلة بدلاً من إلقاء الأوامر:

لأن الأوامر بطبيعتها منفرة للآخرين، بخلاف الأسئلة فلها بريق لا يقاوم.

(٨) لا تجادل:

لأنك إن فزت أو هزمت فأنت الخاسر فى الحالتين فإذا هزمت فلاشك سيبقى الآخر عند وجهة نظره. أما إذا فندت أقواله وحطمت وجهات نظره وسفهت أقواله فهو لن يسلم بانتصارك، لأنك خدشت كبرياءه وسيبقى على وجهة نظره.

(٩) توسل بالرفق واللين:

فمهما بلغ غضبك، فلن يجعلك تكسب الآخر إلى وجهة نظرك مهما كان منطقك، بقدر ما يحققه لك قليل من الرفق واللين والتودد والثناء على مستمعك.

ثالثاً: متطلبات متعلقة بلغة البناء المنطقى الحديث

(١) دعم الجوانب الإيجابية للطرف الآخر:

ونعنى بها أنه عند النقاش توجد وجهات نظر متعددة.

إن المتحدث عليه أن يأخذ الجوانب الإيجابية فى أقوال وتصرفات الأفراد ليدعم عملية الإقناع، وعليه ألا يشعر الطرف الآخر أن الهدف الرئيسى هو إثبات خطأ رأيه أو تصرفه.

(٢) عدم الاستطراد:

بدرجة تعطى فرصة للأفراد فى الشرود أو الأحاديث الجانبية، كما أن الإفراط فى التفاصيل قد يؤدى إلى الدخول فى موضوعات ليست محلاً للعرض

أو النقاش، وعلى المتحدث أن يلخص ما عرفه على مستمعيه، وأن يركز على النقاط المهمة المتفق عليها، وتلك التى تحتاج إلى نقاش.

(٣) حشد وسائل التأثير الم

فندعم أقوالنا أثناء الحديث بالآيات القرآنية والأحاديث النبوية والأمثال الشعبية والحكم، وهى أحكام لها صفة المصداقية لدى المستمعين وخرجت عن دائرة المناقشة والإثبات، ولاشك أنها ستضمن تأثيرًا قويًا لأقوالنا، وكذلك الاقتباسات والأمثلة تبسط ما نقول وتوضحه، وتتضمن بالإضافة إلى فضيلة الإقناع فضيلة الامتناع. إذ تجذب انتباه المستمعين وتجعلهم يستمعون باهتمام لأقوالنا وأحاديثنا.

(٤) تنويع أساليب المعالجة:

إن الهدف الأساسى للحديث المؤثر هو أن يحقق اتصالاً، ولذلك ينبغى عليك كمتحدث وفقًا لإطار الموقف، ولطبيعة الموضوع، ولجمهور المستمعين، أن تتخذ طرق المعالجة المناسبة، وأن تَنوع فى هذه الطرق بما يحقق الهدف الأساسى لك.

وهناك أساليب بلاغية تعين على تنويع أساليب المعالجة متصلة بلغة الحديث، كأساليب التكرار والأمر والنهى والاستفهام والتمنى والنداء، وهناك الإيجاز والإطناب، وأساليب الالتفات، والتعبير عن المستقبل بلفظ الماضى، والتعبير عن الماضى بلفظ المستقبل.

ويدخل فى سياق تنويع طرق المعالجة: طرق التعبير الحركى ب، التنويع فى استخدام الحركات الجسمية، والإشارات، والإيماءات، والتنويع فى نغمة الصوت وسرعته وقوته، وغير ذلك من السمات الصوتية.

(٥) تجنب الأخطاء المنطقية:

عند بناء الحديث سواء فى مرحلة الإعداد أو خلال الأحاديث العفوية ينبغى أن نتجنب العيوب التى تحول دون التفكير المنطقى الصحيح، وهى:

* التعميم المتسرع، فلا نتسرع فى إصدار الأحكام وتعميمها بناءً على مقدمات خاطئة.

* التمييز بين الرأى والحقيقة، وعدم الخلط بينهما.

* تجنب تعمد الخروج عن سياق الموضوع الرئيس أثناء المناقشة أو الحوار.

* تجنب عرض الأدلة فى غير سياقها للوصول إلى نتائج مضللة.

* تجنب استخدام أسلوب التشابه الجزئى بين شيئين للربط بينهما، واستخلاص نتائج معينة من خلال هذا القياس الخاطئ، للتأثير فى المستمع.

* استخدام المقدمات المنطقية الإيجابية، لاستخلاص موقف عاطفى، أو نتيجة محددة للتأثير فى المستمع.

الحديث فى القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة:

أولا الحديث فى القرآن الكريم

ثانيا الحديث فى الحديث الشريف:

حديث رقم: ٨٤٠

صحيح البخارى كتاب الجمعة باب الطيب للجمعة

حدثنا على قال حدثنا حرمى بن عمارة قال حدثنا شعبة عن أبى بكر بن المنكدر قال حدثنى عمرو بن سليم الأنصارى قال أشهد على أبى سعيد قال أشهد على رسول الله صلى الله عليه وسلم قال: (الغسل يوم الجمعة واجب على كل محتلم وأن يستن وأن يمس طيبا إن وجد قال عمرو أما الغسل فأشهد أنه

الكلمة	التكرار
حَدِيثٌ	١٨
حَدِيثًا	٥
أحَادِيثَ	٥

واجب وأما الاستنان والطيب فالله أعلم أواجب هو أم لا ولكن هكذا فى الحديث قال أبو عبد الله هو أخو محمد بن المنكدر ولم يسم أبو بكر هذا رواه عنه بكير بن الأشج وسعيد بن أبى هلال وعدة وكان محمد بن المنكدر يكنى بأبى بكر وأبى عبد الله). رواه البخارى

حديث رقم: ٦٧٣

صحيح البخارى كتاب الجماعة والإمامة باب من شكا إمامه إذا طول وقال أبو أسيد طولت.

حدثنا آدم بن أبى إياس قال حدثنا شعبة قال حدثنا محارب بن دثار قال سمعت جابر بن عبد الله الأنصارى قال: (أقبل رجل بناضحين وقد جنح الليل فوافق معاذا يصلى فترك ناضحه وأقبل إلى معاذ فقرأ بسورة البقرة أو النساء فانطلق الرجل وبلغه أن معاذا نال منه فأتى النبى صلى الله عليه وسلم فشكا إليه معاذا فقال النبى صلى الله عليه وسلم يا معاذ أفتان أنت أو فاتن ثلاث مرار فلولا صليت بسبح اسم ربك والشمس وضحاها والليل إذا يغشى فإنه يصلى وراءك الكبير والضعيف وذو الحاجة أحسب فى الحديث قال أبو عبد الله وتابعه سعيد بن مسروق ومسعر والشيبانى قال عمرو وعبيد الله بن مقسم وأبو الزبير عن جابر قرأ معاذ فى العشاء بالبقرة وتابعه الأعمش عن محارب).

رواه البخارى

حديث رقم: ٧٣٧

صحيح البخارى كتاب صفة الصلاة باب القراءة فى الفجر وقالت أم سلمة قرأ النبى

حدثنا آدم قال حدثنا شعبة قال حدثنا سيار بن سلامة قال: (دخلت أنا وأبى على أبى برزة الأسلمى فسألناه عن وقت الصلوات فقال كان النبى صلى الله عليه وسلم يصلى الظهر حين تزول الشمس والعصر ويرجع الرجل إلى أقصى المدينة والشمس حية ونسيت ما قال فى المغرب ولا يبالى بتأخير العشاء إلى ثلث الليل

ولا يحب النوم قبلها ولا الحديث بعدها ويصلى الصبح فينصرف الرجل فيعرف جليسه وكان يقرأ فى الركعتين أو إحداهما ما بين الستين إلى المائة).

رواه البخارى

حديث رقم: ٤٢٨

صحيح البخارى أبواب المساجد باب نوم المرأة فى المسجد

حدثنا عبيد بن إسماعيل قال حدثنا أبو أسامة عن هشام عن أبيه عن عائشة: (أن وليدة كانت سوداء لحى من العرب فأعتقوها فكانت معهم قالت فخرجت صبية لهم عليها وشاح أحمر من سيور قالت فوضعته أو وقع منها فمرت به حدياة وهو ملقى فحسبته لحما فخطفته قالت فالتمسوه فلم يجدوه قالت فاتهمونى به قالت فطفقوا يفتشون حتى فتشوا قبلها قالت والله إنى لقائمة معهم إذ مرت الحدياة فألقته قالت فوقع بينهم قالت فقلت هذا الذى اتهمتمونى به زعمتم وأنا منه بريئة وهو ذا هو قالت فجاءت إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم فأسلمت قالت عائشة فكان لها خباء فى المسجد أو حفش قالت فكانت تأتينى فتحدث عندى قالت فلا تجلس عندى مجلسا إلا قالت ويوم الوشاح من أعاجيب ربنا ألا إنه من بلدة الكفر أنجانى

قالت عائشة فقلت لها ما شأنك لا تقعدين معى مقعدا إلا قلت هذا قالت فحدثتنى بهذا الحديث).

حديث رقم: ٢٢٩٨

صحيح البخارى كتاب فى اللقطة باب إذا وجد خشبة فى البحر أو سوطا أو نحوه وقال الليث حدثنى جعفر بن ربيعة عن عبد الرحمن بن هرمز عن أبى هريرة رضى الله عنه عن رسول الله صلى الله عليه وسلم: (أنه ذكر رجلا من بنى إسرائيل وساق الحديث فخرج ينظر لعل مركبا قد جاء بماله فإذا هو بالخشبة فأخذها لأهله حطبا فلما نشرها وجد المال والصحيفة).

حديث رقم: ٢٢٧٤

صحيح البخارى كتاب الاستقراض وأداء الديون والحجر والتفليس باب إذا أقرضه إلى أجل مسمى أو أجله فى البيع. ـ رواه البخارى

وقال الليث حدثنى جعفر بن ربيعة عن عبد الرحمن بن هرمز عن أبى هريرة رضى الله عنه عن رسول الله صلى الله عليه وسلم: (أنه ذكر رجلا من بنى إسرائيل سأل بعض بنى إسرائيل أن يسلفه فدفعها إليه إلى أجل مسمى الحديث).

حديث رقم: ١٨٧٣

صحيح البخارى كتاب الصوم باب حق الضيف فى الصوم

حدثنا إسحاق أخبرنا هارون بن إسماعيل حدثنا على حدثنا يحيى قال حدثنى أبو سلمة قال حدثنى عبد الله بن عمرو بن العاص رضى الله عنهما قال: (دخل على رسول الله صلى الله عليه وسلم فذكر الحديث يعنى إن لزورك عليك حقا وإن لزوجك عليك حقا فقلت وما صوم داود قال نصف الدهر).

حديث رقم: ٢٠٠٨

صحيح البخارى كتاب البيوع باب إذا كان البائع بالخيار هل يجوز البيع

حدثنى إسحاق حدثنا حبان حدثنا همام حدثنا قتادة عن أبى الخليل عن عبد الله بن الحارث عن حكيم بن حزام رضى الله عنه أن النبى صلى الله عليه وسلم قال: (البيعان بالخيار ما لم يتفرقا قال همام وجدت فى كتابى يختار ثلاث مرار فإن صدقا وبينا بورك لهما فى بيعهما وإن كذبا وكتما فعسى أن يربحا ربحا ويمحقا بركة بيعهما قال وحدثنا همام حدثنا أبو التياح أنه سمع عبد الله بن الحارث يحدث بهذا الحديث عن حكيم بن حزام عن النبى صلى الله عليه وسلم).

رواه البخارى

حديث رقم: ١٨٥٢

صحيح البخارى كتاب الصوم باب من مات وعليه صوم وقال الحسن إن صام عنه.

حدثنا محمد بن عبد الرحيم حدثنا معاوية بن عمرو حدثنا زائدة عن الأعمش عن مسلم البطين عن سعيد بن جبير عن بن عباس رضى الله عنهما قال: (جاء رجل إلى النبى صلى الله عليه وسلم فقال يا رسول الله إن أمى ماتت وعليها صوم شهر أفأقضيه عنها قال نعم قال فدين الله أحق أن يقضى قال سليمان فقال الحكم وسلمة ونحن جميعا جلوس حين حدث مسلم بهذا الحديث قالا سمعنا مجاهدا يذكر هذا عن بن عباس ويذكر عن أبى خالد حدثنا الأعمش عن الحكم ومسلم البطين وسلمة بن كهيل عن سعيد بن جبير وعطاء ومجاهد عن بن عباس قالت امرأة للنبى صلى الله عليه وسلم إن أختى ماتت وقال يحيى وأبو معاوية حدثنا الأعمش عن مسلم عن سعيد عن بن عباس قالت امرأة للنبى صلى الله عليه وسلم إن أمى ماتت وقال عبيد الله عن زيد بن أبى أنيسة عن الحكم عن سعيد بن جبير عن بن عباس قالت امرأة للنبى صلى الله عليه وسلم إن أمى ماتت وعليها صوم نذر وقال أبو جرير حدثنا عكرمة عن بن عباس قالت امرأة للنبى صلى الله عليه وسلم ماتت أمى وعليها صوم خمسة عشر يوما).رواه البخارى

الحوار فى القرآن الكريم:

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
١	م	٥٨	المجادلة	وَتَشْتَكِى إِلَى اللَّهِ وَاللَّهُ يَسْمَعُ تَحَاوُرَكُمَا

حديث رقم: ٣٧٠

حدثنا على بن عبد الله قال حدثنا سفيان قال حدثنا أبو حازم قال: (سألوا سهل بن سعد من أى شىء المنبر فقال ما بقى بالناس أعلم منى هو من أثل الغابة عمله فلان مولى فلانة لرسول الله صلى الله عليه وسلم وقام عليه رسول الله صلى الله عليه وسلم حين عمل ووضع فاستقبل القبلة كبر وقام الناس خلفه فقرأ وركع وركع الناس خلفه ثم رفع رأسه ثم رجع القهقرى فسجد على الأرض ثم عاد إلى المنبر ثم ركع ثم رفع رأسه ثم رجع القهقرى حتى سجد بالأرض فهذا شأنه قال أبو عبد الله قال على بن عبد الله سألنى أحمد بن حنبل رحمه الله عن هذا الحديث قال فإنما أردت أن النبى صلى الله عليه وسلم كان أعلى من الناس فلا بأس أن يكون الإمام أعلى من الناس بهذا الحديث قال فقلت إن سفيان بن عيينة كان يسأل عن هذا كثيرا فلم تسمعه منه قال لا).

رواه البخارى

الكلمة	التكرار
يُحاوِرُهُ	٢
تُحَاوُرَكُمَا	١

الكلمة	التكرار
يُحاوِرُهُ	٢

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
٣٤	ك	١٨	الكهف	فَقَالَ لِصَاحِبِهِ وَهُوَ يُحَاوِرُهُ أَنَا أَكْثَرُ مِنكَ مَالاً وَأَعَزُّ نَفَرًا
٣٧	ك	١٨	الكهف	قَالَ لَهُ صَاحِبُهُ وَهُوَ يُحَاوِرُهُ أَكَفَرْتَ بِالَّذِى خَلَقَكَ من تراب

الكلمة	التكرار
يُحَاوِرُهُ	٢

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نصَ الآية
١	م	٥٨	المجادلة	وَتَشْتَكِى إِلَى اللَّهِ وَاللَّهُ يَسْمَعُ تَحَاوُرَكُمَا

مهارة سؤال الجمهور

أولاً: مفهوم السؤال:

السؤال أداة إيجابية خلاقة للحصول على المعارف والمعلومات فى مختلف أنشطة الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية، وفى مختلف مجالات البحث والدراسة والممارسات التطبيقية، وعلى مدار الحياة المختلفة فى الطفولة والصبا، والشباب والشيخوخة، ولهذا يقول البلاغيون: إن الاستفهام هو طلب العلم بشىء لم يكن معلومًا من قبل، ويقولون: إن للكلام قمة عليا فى البلاغة، وإن أسلوب الاستفهام يحتل أعلى مكانًا فى تلك القمة.

ويتفق علماء الاجتماع والاتصال وعلماء البلاغة على تعريف السؤال بأنه طلب الحصول على المعلومات سواء أكانت واقعية أم خلاف ذلك.

والحصول على المعلومات عن طريق السؤال يكون بطريقتين:

*** التعبير اللفظى:**

سواء أكان شفهيًا - منطوقًا - أم مكتوبًا - وهو عبارة عن جملة تقريرية مصحوبة بعلامات الاستفهام كما يقول: «وود بيورى ١٩٨٤».

*** التعبير غير اللفظى:**

عن طريق الإشارات غير اللفظية المصاحبة للرموز اللغوية، وتأخذ هذه الإشارات أشكالاً عديدة، كارتفاع وانخفاض الأحبال الصوتية للتأكيد على بعض الكلمات، وحركات الرأس والكتفين والحواجب، والاتصال البصرى المباشر، والصمت وأصوات الهمهمة التى تصدر للدلالة على التأييد أو الرفض.

وعبر هاتين الطريقتين نتلقى السؤال، وقد نتوقعه أو لا. المهم أننا فى جزء من الثانية بوعى أو بدون وعى نقرر هل سنجيب على السؤال أم لا ؟.

وعبر هذه العملية يتحقق المعنى الحقيقى للسؤال وهو انتقال المعلومات والحقائق والأفكار والآراء والمشاعر والميول والاتجاهات بين طرفى عملية الاتصال.

أهمية السؤال

للسؤال أهمية كبرى فى كثير من المجالات

* أولا فى مجالات الحياة العامة:

فالسؤال أيضًا مهم عبر رحلتنا الحياتية اليومية. فخلال ساعات يقظتنا ندير بأنفسنا مئات الحوارات مع الآخرين، وإذا تأملنا هذه الحوارات سنجد أن السؤال هو وسيلتنا لفتح الحوار ولتحويل موضوعه إذا أردنا.

فهو الوسيلة التى نراعى بها الآخرين ونرحب بهم عندما نسألهم عن صحتهم وأحوالهم بصورة طيبة وتلقائية، وهو وسيلتنا للتعرف على أخبارهم وأخبار الدنيا من حولهم. وأيضًا وسيلتنا لاستفزاز بعضنا البعض، ولمحاصرة بعضنا للبعض الآخر بأسئلة قد تمس أدق الخصوصيات فى السياقات المختلفة، أو لكسب محبة الناس ومودتهم.

فالسؤال أداة أساسية لا يمكننا الاستغناء عنها فى كافة مجالات الحياة، فهو المفتاح الذى يفتح لنا أبواب الحصول على المعلومات والأخبار والأفكار والمواقف ووجهات النظر المختلفة.

*** ثانياً: أهمية السؤال فى مجالات التفاوض الاجتماعى والسياسى**

وإذا نظرنا إلى مجالات التفاوض الاجتماعى والإدارى والسياسى سنجد أن السؤال هو أساس عمليات التفاوض. ونحن نستخدم الأسئلة هنا لجذب الانتباه، أو للحصول على المعلومات، أو لإعطاء معلومات، أو لاختبار صحة المعلومات، أو الإثارة للتفكير، أو لتنشيط المناقشة، أو للوصول إلى نتيجة، أو لتغيير مجرى الحديث، أو لكسب الوقت، أو لإضافة معلومات.

*** ثالثاً: أهمية السؤال لمجالات التعليم المختلفة**

وفى مجال التعليم تبدو للأسئلة أهمية خاصة. فقد نستخدمها للتذكر لجعل المتعلم يتمكن من استرجاع المادة التى تعلمها، أو للتفسير فتجعل المتعلم يربط من خلاله بين فكرتين، أو يستخلص المعنى الضمنى، أو يدرك علاقة التعميم بالشواهد التى تؤيده، أو يستخلص علاقات من الجداول والرسوم البيانية والخرائط.

*** رابعاً: السؤال فى مجال الاتصال الدعوى**

وفى إطار الحديث عن أهمية السؤال للاتصال الدعوى تبرز لنا أمثلة كثيرة من الحديث النبوى الشريف تعكس مدى هذه الأهمية.

ومن ذلك استخدم السؤال لجذب الانتباه وللتدرج بالجمهور من ما يعرفون إلى ما لا يعرفون. كما فى حديث عبد الرحمن بن أبى بكره عن أبيه ((ذكر النبى صلى الله عليه وسلم قعد على بعيره وأمسك إنسان بخطامه أو بزمامه - قال: أى يوم هذا؟ فسكتنا حتى ظننا أنه سيسميه سوى اسمه. قال: أليس يوم النحر؟ قلنا بلى. قال: فأى شهر هذا؟ فسكتنا حتى ظننا أنه سيسمه بغير اسمه فقال: أليس بذى الحجة؟ قلنا بلى. قال: فإن دماءكم وأموالكم وأعراضكم بينكم حرام كحرمة يومكم هذا فى شهركم هذا. فى بلدكم هذا. ليبلغ الشاهد الغائب. فإن الشاهد عسى أن يبلغ من هو أوعى له منه).

وهنا نلاحظ الانتقال بالجمهور من خلال السؤال من حرمة الأشياء التى سئلوا عنها ويعرفونها إلى بيان حرمة الدماء والأموال والأعراض..ليكون ذلك أدعى لسهوله استيعاب الرسالة الإعلامية وتذكرها والعمل بمقتضاها.

*** خامساً: أهمية السؤال لمجالات الإدارة**

أما بالنسبة لمجالات الإدارة فالسؤال مهم. فى مقابلات التوظيف والاجتماعات الدورية الهادفة، والدورات التدريبية، والمؤتمرات السنوية، والندوات، والمؤتمرات والعروض التجارية، واستبيانات تقييم الخدمات، والتسويق وحل المشكلات، وتقييم الأداء، واتخاذ القرارات.

وتستخدم الأسئلة كذلك فى مجالات اتخاذ القرارات والإنتاج والتدريب والتقييم وفى مجال ابتكار الأفكار وحل المشكلات. فمثًلا لحل المشكلات يوجه المدير أسئلة فى اجتماعات الموظفين للتعرف على المشكلة وتحديد الأسلوب الأمثل لعلاجها فيسأل عن المشكلة؟ متى بدأت؟ ولماذا؟ وما العوامل المسببة للمشكلة؟ وهل هذه المشكلة جزء من مشكلة أكبر؟ وما تأثيرها على مسار العمل؟ وما الاقتراحات لتحسين الموقف أو لحل المشكلة؟

*** سادساً: السؤال فى المجالات الإعلامية**

وفى مجالات الاتصال الإعلامى لا يمكن الاستغناء عن السؤال. سواء للحصول على الأخبار، أو لجمع مادة التحقيقات والأحاديث والتقارير والمقالات الصحفية..وتبرز أهميته على مستوى المشاركين فى عملية الاتصال الإعلامى: المحررين والمتحدثين والقراء على السواء.

فبالنسبة للمحرر:

يمثل السؤال بالنسبة له جوانب أهمية عديدة وهى كما حصرها الدكتور محمود أدهم تتمثل فى الجوانب الآتية:

* يساعد على سبرغور الموضوع المطروح للمناقشة وحصره داخل أطر محددة.. وتحديد عناصره الرئيسية. والقضايا والأفكار التى تدور حولها المناقشة.

* يحدد بدقة ما يريد المحرر طرحه. ويجعله واضحًا حتى يمكن للمتحدث تقديم الإجابات الشافية والدقيقة.

* يساعد على بقاء الموضوعات المراد طرحها واضحة فى ذهن المحرر دون أن ينسى جانبًا مهمًا من جوانبها.

وبالنسبة للمتحدث فإن الأسئلة تفيده فيما يلى:

* تحديد ما يراد الاستفسار عنه وطرحه ومناقشته وتقديم الإجابات المحددة.

* تقسيم موضوع الحديث إلى نقاط وموضوعات متفرعة؛ فتسهل من ثم الإجابة عليها وتحديد جوانب الأهمية فى موضوع الحديث.

* تحدد الأسئلة بدقة ووضوح نوعية الإجابات المطلوبة وطبيعتها.

* تعطى للمتحدث فرصة للتفكير والتوقف عند كل سؤال للبحث عن الإجابة الوافية له.

وبالنسبة للقراء توفر الأسئلة لهم جوانب عديدة أهمها:

* الإحاطة الشاملة بالموضوع من خلال الإجابات عن الأسئلة المختلفة.

* تقسيم الموضوع إلى أجزاء يختص كل جزء منها بسؤال معين، مما يساعد على سهولة فهمه وقراءته والتوقف عند بعض النقاط لالتقاط الأنفاس أو لإعمال الفكر.

ومن العرض السابق يتضح لنا مدى أهمية السؤال فى جوانب حياتنا المختلفة وأن أهمية السؤال تنبع من سر قوته الغامضة التى يسيطر بها علينا، وتتمثل هذه القوة فى قدرته على استثارة الذهن وعلى إتاحة الفرصة للناس لاستخدام عقولهم.

وظائف السؤال:

على ضوء دراسات اللغويين والبلاغيين وعلماء الاجتماع والتى تعد المقدمات الأساسية التى استخلص منها العلماء المعاصرون الوظائف المختلفة للسؤال أو للاستفهام، ويمكننا حصر الوظائف الآتية:

١- إقناع الآخرين.

٢- الحصول على المعلومات أو تلقيها.

٣- زرع الأفكار وتكوين الآراء.

٤- معرفة آراء الآخرين وفهمهم واتجاهاتهم ومشاعرهم.

٥- إزالة الأفكار المشوشة.

٦- الحث والتشجيع.

٧- الحصول على تعهدات.

٨- حل المشكلات.

٩ - تقليل الأخطاء.

١٠- التغلب على المعارضين، وتفادى المعارضة.

١١- بث الطمأنينة.

١٢- استطلاع الحقائق، واختبار صحة المعلومات.

١٣- تنشيط المناقشة.

١٤- تنمية روح الود وعلاقة التعاون.

١٥- تقليل الأخطاء.

١٦- تجنب الانتقادات.

١٧- إزالة سوء الفهم.

١٨- اكتشاف المعلومات الخافية.

١٩- تكوين الرأى.

٢٠- صياغة القرار.

٢١- استمرار التحكم فى الاتصال أو استمرار المناقشة.

٢٢- إثارة التفكير.

٢٣- تجنب الحديث مع شخص ما.

٢٤- جذب الانتباه للفرد المسئول أو الجماعة.

٢٥- لفت الأنظار.

٢٦- كسب الوقت.

٢٧- تغيير مجرى الحديث.

٢٨- إخفاء العواطف.

٢٩- إثارة الآخرين.

٣٠- الحصول على رد فعل كتشجيع المشاركة الفعالة أو الحصول على تعليقات أو استثارة التفكير النقدى.

٣١- إضافة معلومات أخرى.

٣٢- الخروج من مأزق.

٣٣- المشاركة والمخاصمة.

٣٤- تأخير الوصول إلى حل أو اتفاقية.

٣٥- إخفاء عجزنا عن التفكير.

٣٦- إظهار الذكاء بالرد على سؤال بسؤال.

٣٧- الظهور بمظهر القوة.

٣٨- لاختبار القدرة على التذكر.

٣٩- للربط بين السبب والنتيجة.

٤٠- للتطبيق.

٤١- للتعريف.

٤٢- للتنبؤ.

٤٣- للافتراض.

٤٤- للتعميم.

٤٥- لاقتراح أسلوب عمل.

٤٦- لاستصدار الأحكام على الأشياء والأشخاص والأعمال.

٤٧- استكشاف الحقائق.

٤٨- للربط بين موضوع وآخر.

٤٩- للتوجيه.

٥٠- للمساعدة على الفهم.

٥١- لتحديد درجة معرفة المجيب.

٥٢- للتركيز على الموضوعات المهمة.

من العرض السابق نلاحظ تعدد الوظائف التى يحققها السؤال. والوظائف التى حصرناها ليست كل الوظائف فهناك وظائف أخرى كثيرة.

ويلاحظ أن السؤال الواحد قد يحقق أكثر من وظيفة. كما أننا فى سياق الحديث الواحد نحقق بالأسئلة كثيرًا من الأغراض. وقد نوجه نحن الأسئلة للآخرين، أو نوجهها إلى أنفسنا لنجيب عليها نحن، وفى الحالين فنحن نمارس نشاطًا هادفًا. ويعتبر السؤال هنا أداتنا لتحقيق ما نستهدفه من ممارسة عملية الاتصال. وأن الإجابة عليه تحدد ما إذا كان الهدف قد تحقق أم لا.

مراحل إلقاء الأسئلة

عملية إطلاق الأسئلة ليست مجرد عملية عشوائية، وإنما هى عملية فكرية تتم وفقًا لخطوات منتظمة. وتستلزم ضوابط وإجراءات عديدة، وتحتاج إلى مجهود كى يكتسب الفرد عادة توجيه الأسئلة الذكية.

وتشتمل عملية إلقاء السؤال على ثلاث مراحل رئيسية هى:

١- مرحلة الإعداد.

٢- مرحلة طرح السؤال.

٣- مرحلة الإجابة والتعميم ورجع الصدى.

أولًا: مرحلة الإعداد للسؤال

وتتضمن عدة خطوات أهمها:

(١) تحديد الهدف:

تختلف عملية تحديد الهدف قوة وعمقًا وفقًا لسياق الموقف الذى سنوجه فيه السؤال. فالاستعداد لطرح أسئلة فى سياق حديث صحفى أو تليفونى، يختلف عنه بالنسبة لموقف الاستجواب فى قاعة القضاء، أو قاعة المحاضرات. فإن عملية الاستعداد للأسئلة سواء التى سنوجهها أو نتوقع توجيهها إلينا تحتاج إلى استعداد كبير، يتطلب تحديد الموضوع، والمصادر التى يمكن الحصول منها على المعلومات المتصلة بموضوع الحديث سواء أكانت وثائقية أم بشرية، وتحديد المجالات المتصلة بالموضوع والتى سننتظم فى إطارها أسئلتنا.

وفى كل هذه الأحوال علينا أن نسأل أنفسنا أسئلة مهمة مثل: ماذا أريد بالضبط من توجيه السؤال؟ هل سأحصل على معونة الطرف الآخر أو تعاونه؟ أم على معلومات أو تعهدات أو أداء أفضل، إذا ما وجهت إليه سؤالاً ما.

ويساعدنا تحديد الهدف منذ البداية على تلافى الأسئلة التى تحول دون تحقيق هدفنا من السؤال.

(٢) ارتباط السؤال بموضوع الحديث:

لاكتساب ثقة المجيب واحترامه لابد أن يكون السؤال مرتبطًا بموضوع الحديث، وفى إطار الأسئلة المتوقعة؛ لأن عدم ارتباط السؤال بموضوع الحديث، قد تجعل المجيب يمتنع عن الإجابة وينظر إلينا بارتياب وعدم تقدير، وإذا ما حدث ذلك فلابد من أن توضح للشخص الذى تسأله، وأيضًا فى أسئلة استقصاءات البحث العلمى، ألا نبدأ بسؤال عن الدخل والاتجاه السياسى والديانة إلا فى آخر الأسئلة بعد أن نكون قد استحوذنا على ثقة المجيب.

(٣) تحديد شخصية من سنتحدث معه:

لابد أن تكون على معرفة بطبيعة الشخص الذى توجه إليه السؤال مسئولاً رسميًا، أم مديرًا، أم محاضرًا، أم داعية، أم زميلاً فى المهنة، أم شخصًا عاديًا... إلخ. فعدم معرفة الطرف الذى نوجه إليه السؤال يضعنا فى موقف أصعب دائمًا، ونصبح كمن يدخل غرفة معصوب العينين، وفى إطار هذه الخطوة علينا كذلك أن نسأل أنفسنا عن طبيعة أهداف الآخرين من الحوار وماذا يريدون منا؟ وما أفضل الأساليب للتعامل معهم؟

وقد تتعمق دراسة الشخصية وتصل إلى أقصى مداها كما فى حالات التفاوض والأحاديث الرسمية والأحاديث للصحف والإذاعة والتليفزيون، وتصبح دراسة الشخصية هنا جهدًا مركزًا للاقتراب من الشخصية والوقوف أمامها مباشرة ومن أقرب المواقع إلينا.

وتحديد شخصية من سنتحدث معه لا تساعدنا فقط فى تحديد أسلوب ونوعية وكيفية توجيه وصياغة الأسئلة، وإنما تساعدنا لتحديد ماذا سيكون عليه موقفهم من أسئلتنا. هل سيرفضون الإجابة، فيكون علينا مبدئيًا اختيار الطريقة التى تجعلهم يتجاوبون معنا.

فدراستنا للشخصية التى ستوجه إليها السؤال تجعلنا عند توقع هذه الاستجابات أو بعضها نتخذ الاستعدادات اللازمة لتلافى ذلك، واتخاذ الخطوات التى تجعلنا نستعد لمواجهة هذه المواقف بالإجراءات التى توفر لنا فرصًا أفضل للنجاح.

(٤) تحديد نوع السؤال وأسلوب صياغته:

بالنسبة لتحديد أنواع الأسئلة فإنه يتم وفقًا لطبيعة الحديث ومرحلته الراهنة ولهدف السائل، وسوف نتعرض لذلك مستقبلاً.. أما تحديد صياغة الأسئلة فهى من أهم الأمور التى يجب أن نضعها نصب أعيننا فى كافة مجالات الاتصال الإنسانى. فالسؤال الجيد فى أى مستوى من مستويات التفكير يمكن أن تواكبه الصياغة المناسبة، وتشير صياغة السؤال إلى الطريقة التى نعبر فيها عن مضمونه باستخدام الكلمات. فالصياغة ترتبط بالمصطلحات المستخدمة فى السؤال، وبعدد كلماته، وبالترتيب الذى ترد فيه هذه الكلمات.

وتؤثر صياغة السؤال فى تحديد مستوى التفكير المطلوب للإجابة عنه، وأيضًا فى وضوحه، وفى وضوح الهدف منه، ومن هنا نعتبر الأسئلة التى يزيد عدد الألفاظ المستخدمة منها عن اللازم، أسئلة ضعيفة. كذلك نعتبر تلك الأسئلة التى يكون ترتيب الكلمات فيها غير منطقى، ضعيفة أيضًا.

ثانيًا: مرحلة طرح السؤال:

بعد الاستعداد فإن الخطوة التالية هى إلقاء السؤال بالأسلوب الذى يمكننا من استدعاء أفضل وأكمل إجابة بهدوء وبشكل مباشر. فلا نجعل الطرف الآخر الذى توجه إليه السؤال يلهث، أو يشعر بأننا نتهكم عليه وننتقده، وبخاصة فى المواقف التى لا تتطلب ذلك.

أهم الاعتبارات التى يجب مراعاتها عند طرح السؤال:

١- تجنب العصبية:

ينشأ الشعور بالعصبية نتيجة للخوف، أو الاضطراب، أو التوتر، أو القلق، أو يكون نتيجة للتحمس الزائد، أو لمجرد الشعور بالعدوانية والتحيز تجاه أو ضد موضوع الحديث والمتحدث.

والعصبية فى حقيقتها ليست شيئًا منفرًا، وإنما هى وسيلة زودتنا بها الطبيعة لزيادة الحساسية لدى كل حاسة من حواسنا كى نتمكن من الاستجابة السريعة

ومن الأداء الجيد. كما أنها تكشف عن قدر حماسنا واهتمامنا بموضوع الحديث، ولذلك فنحن فى حاجة للاستفادة منها بالقدر الذى يضفى الحيوية على حواراتنا، وذلك بالتخفيف من حدة الأسباب التى تجعلنا نشعر بالخوف والقلق أو الاضطراب أو التوتر؛ أى السيطرة على هذه الجوانب النفسية، أو لا وتقبل الإحساس المدهش بالعصبية كشىء طبيعى وضرورى للمعاونة على أداء أفضل.

٢- السيطرة على الشعور بالخجل:

الشعور بالخجل عند طرح الأسئلة كالشعور بالعصبية يجعلنا نتلعثم عند إلقاء السؤال ونفتقد الحيوية، ونتسم بالتردد وبضعف الصوت وارتعاشه، ويحدث ذلك نتيجة للشعور بنقص التعليم، أو للخوف من الخطأ، أو للخجل، أو لغير ذلك من الأسباب. ومن الضرورى لضمان فاعلية الإلقاء التغلب على هذا الشعور لضمان تحقيق السؤال لأهدافه.

٣- اختيار التوقيت المناسب:

هناك دائمًا لكل سؤال وقت مناسب. ومن الضرورى الاهتمام باختيار الوقت المناسب للسؤال المناسب. وعملية اختيار الوقت المناسب أمر يتوقف على ذكاء السائل وطبيعة الموقف والملابسات الخاصة بمتى سنوجه إليه السؤال؟ ولهذا يجب أن نتأكد من حالة المتحدث الفكرية والمزاجية، إذا كنا نريد إجابة جيدة ودقيقة ووافية، وأن نتأكد من أن لديه متسعًا من الوقت للإجابة، وأنه غير متوتر أو مشغول.

٤- تجنب الإفراط فى الأسئلة:

ترتبط الأسئلة بالأهداف المحددة لها؛ ولذلك فإن الانسياق فى مجرى الحديث بالإفراط فى توجيه الأسئلة يعد عيبًا كبيرًا، وبخاصةً إذا كانت متشابهة أو غير ناضجة، أو كانت لمجرد التساؤل، أو لإدعاء العلم، أو للاعتراض لمجرد الاعتراض. أما إذا كانت الأسئلة بقصد طلب التفسير والتوضيح، فهو أمر مقبول.

٥- إذا كانت لديك عادة كتابة المذكرات أثناء المقابلة. فلا تنشغل بالكتابة عن المتحدث أو عن متابعة الأسئلة، وانظر إليه من وقت لآخر وهز رأسك علامة على الموافقة والتشجيع.

٦- عند لحظة الصمت بين الإجابات لا تبادر بتوجيه سؤال آخر، وإنما أنتظر لتتأكد من أنه قد أدلى بكل ما لديه.

٧- تنوع الصوت ونغمته:

يمكن للسائل عن طريق استخدام مقامات الصوت والنبرات المتعددة أن يضفى على سؤاله معانى للتأكيد أو الغضب أو الرجاء أو التحذير أو الاهتمام، وذلك للتأثير فى الشخص الذى نوجه إليه الأسئلة.

٨- تجنب عوامل تشتيت ذهن المجيب، وأهمها:

* أخطاء النطق أو النطق بطريقة غريبة.
* الحركة اللاشعورية لليد بوضعها تحت الذقن أو خلف الرأس أو الأذن، أو تشبيك اليدين ببعضهما وفكهما مرارًا وتكرارًا.

٩- استخدام تكنيك الصمت أو التوقف:

ويكون التوقف أو الصمت بعد استقبال الإجابة، وقبل توجيه السؤال، وأحيانًا بعد السؤال. والتوقف يحفز على شد انتباه السامع ويعطى السؤال انطباعًا كبيرًا. كما يعطى المجيب فرصة للتفكير فى الإجابة، وبعد الإجابة فرصة للاستمرار فى الحديث.

١٠- تكنيك الأسئلة الجماعية:

وتوزع فيه الأسئلة على كل أفراد المجموعة، وبخاصةً فى الأحاديث الجماعية كما فى قاعات الدروس والمحاضرات، وهذا الأسلوب يشجع الأفراد المترددين على المشاركة فى الحديث، والتعبير عن أفكارهم، كما يعطيهم الفرصة الكافية للتفكير والاستماع إلى وجهات النظر الأخرى.

ثالثًا: مرحلة الإجابة والتقويم ورجع الصدى

الهدف من توجيه السؤال عادةً هو الحصول على إجابة محددة، وإذا لم ننصت للإجابة فلن يتحقق هذا الهدف، والإنصات كما أشرنا سابقًا لها يحتاج إلى جهد وتركيز، ويعنى فهمنا لما يقال، وفهمنا لما بين العبارات من معان خفية ومضامين يدركها الفرد من ثنايا اللفظ. كما تعنى استعراض ما يقال على ضوء أفكارنا وتصوراتنا وسرعة الحكم على ما يقال، والتعبير عما فى أنفسنا من خلال إلقاء سؤال استفسارى يتعلق بأعمال الموضوع واستكشاف جوانبه الخفية.

وتسمى عملية المراجعة الأخيرة برجع الصدى فمن خلال مراجعة الإجابات يستطيع السائل أن يفهمها ويحدد نقاط الضعف والنقاط التى تحتاج إلى مراجعة أو تأكيد وكذلك التأكد من الأسماء أو الأرقام التى تضمنتها الإجابات، وهذه المراجعة تجعل المتحدث يبذل مزيدًا من الجهد لجعل إجاباته وافية وكاملة.

أنواع الأسئلة:

الأسئلة التى نستخدمها فى مجالات أنشطتنا المختلفة - الإعلام، الدعوة - التدريس - التفاوض - الإدارة... إلخ. عديدة، وتختلف الأنواع التى نستخدمها منها وفقًا لطبيعة النشاط، ومستوى الحوار، ووفقًا لطبيعتنا وقدرتنا على استخدامها. كما أننا فى الموقف الواحد، قد نستخدم العديد من هذه الأنواع وفقًا لأهدافنا وأغراضنا، ومعرفتنا بالأنواع المختلفة للأسئلة، وإمكاناتها، ومزايا كل نوع منها وعيوبه، وطرق ومجالات استخدامها، يساعدنا على اختيار الأنسب لطبيعة الحوار. كما أنه يجنبنا من ناحية أخرى مغبة الوقوع فى كمائن وفخاخ هذه الأسئلة.

أولاً: تصنيف الأسئلة وفقًا لطبيعتها

وتنقسم إلى:

١- أسئلة استهلالية.

٢- أسئلة أولية.

٣- أسئلة ثانوية.

(١) الأسئلة الاستهلالية:

وهى أسئلة البداية الحسنة، وغرضها تهيئة المناخ اللازم لنجاح المناقشة، أو المقابلة أو الحوار. من خلال محاولة اكتساب ثقة المتحدث واستثارته عاطفيًا من خلال الأسئلة التقليدية عن العائلة والأولاد والصحة والأشياء المحببة.

وعادة لا ننتظر ردًا على هذه الأسئلة؛ لأن الإجابة فى كثير من الأحيان قد لا تعدو مجرد ابتسامة من المتحدث أو همهمة تفيد الشكر أو الخجل، ولا نقصد من هذه الأسئلة سوى إثارة شهية المتحدث واجتذابه لسيل أسئلتنا المنهمر بعد ذلك.

(٢) الأسئلة الأولية:

وهى الأسئلة المرتبطة أساسًا بموضوعنا، والتى نحصل من خلال الإجابة عنها على الحقيقة أو الخبر أو الموقف أو الرأى أو المعلومة التى نريدها.

وهى عادةً من النوع المفتوح وتتطلب من المجيب استخدام عمليات ذهنية عالية، وهذا يشمل إعطاء آراء ومبررات أحكام أو تقديرات. كما أنها تعكس قدرة الفرد على الإلمام بموضوع السؤال، وتتطلب قدرة كبيرة على التذكر واستدعاء المعلومات.

(٣) الأسئلة الثانوية:

وهى الأسئلة التى نقصد بها الحصول على معلومات تفصيلية أكثر بخصوص السؤال الأولى أو الرئيسى، وبخاصةً عندما لا تكون الإجابة عن السؤال الأول كافية، وذلك عندما يتردد المجيب فى إثارة نقطة ما، ويتوقف استخدام هذا النوع من الأسئلة على ذكاء السائل ومدى إلمامه بموضوعه، فهو بعد حصوله على إجابة سؤاله يقرر فى أجزاء من الثانية ما إذا كانت الإجابة كاملة أم لا.

ثانياً: أنواع الأسئلة وفقاً للشكل

وتنقسم الأسئلة وفقًا لمعيار الشكل إلى:

- × أسئلة مغلقة.
- × أسئلة مفتوحة.

أولاً: الأسئلة المغلقة

وهى الأسئلة بخيارات محددة يختار من توجه إليه الإجابة فى إطارها، وفى هذه الأسئلة يحدد السائل الإجابات المحتملة؛ أى أن الإجابات متضمنة فى السؤال نفسه، وهذه الأسئلة تبدأ بهل، وكم، والإجابة عليها بنعم أو لا، أو باختيار البديل المحدد فى السؤال مثل: هل أنت سعيد أم حزين؟ كم من المرات حدث ذلك من قبل كم عمرك؟ ما مرتبك فى آخر وظيفة لك؟

مميزات السؤال المغلق:

١- الحصول على معلومات تتعلق بالحقائق.

٢- تتسم الإجابة بالتحديد والسهولة والدقة وإمكانية الحصول على أرقام محددة أو إحصائيات موثوق بها.

٣- توفير الوقت؛ لأنها أكثر تحديداً.

٤- تؤدى عادةً إلى الحصول على إجابات قصيرة ومباشرة.

٥- توفر لنا الفرصة لسؤال أسئلة كثيرة فى مجالات كثيرة.

٦- يحتفظ بالسائل فيها بزمام توجيه الحديث.

٧- يستطيع من خلالها التأكيد مثل: هل اتفقنا إذن؟

٨- تفيد بصفة خاصة فى مجالات البحث والتقييم.

٩- تفيد بصورة خاصة فى مجال التشخيص: بالنسبة للأطباء والصيادلة وعند مناقشات تحديد المشكلات فى المواقف الإدارية العامة.

١٠- يمكن للسائل أن يسأل عما يريد دون انتظار تطوع المسئول.

عيوب السؤال المغلق:

١- قد تجبرنا على تبنى موقف معين تجاه الحوار برمته منذ بدايته، مما يؤثر سلبًا فى إيجابية الحوار، وكذلك أيضًا بالنسبة للمتلقى.

٢- لا توفر لنا إلا قدرًا قليلاً من المعلومات. فنحتاج إلى أن نسأل أسئلة أكثر لمزيد من المعلومات.

٣- لا تعطينا فرصة التعرف على المتلقى أو معرفة أحاسيسه ومشاعره أو استحسانه أو عدم استحسانه.

٤- لا يحقق الهدف منه بفاعلية مع الأفراد المتعلمين؛ ولذلك فهو أكثر فائدة مع الأقل تعليمًا.

٥- فى السؤال المغلق لن تكون هناك فرصة للمجيب لكى يقدم معلومات إضافية متطوعًا.

٦- توالى الأسئلة المغلقة يجعل المجيب يشعر بعدم اهتمام السائل مما يجعله يقطع الاتصال ويتوقف عن الإجابة.

٧- يمكن للمجيب أن يختار الإجابات المعدة بدون معرفة أى شىء عن الموضوع.

٨- المتحدث يصبح فيها أكثر تباعدًا، وأقل مشاركة فى الحديث.

أنواع الأسئلة المغلقة:

(١) أسئلة الاختيار:

ويخير فيها المتلقى بين بديلين يختار أحدهما.

وعندما تتضمن الإجابة عدة اختيارات، فمن الأفضل استخدام نمط السؤال المفتوح.

(٢) سؤال نعم ولا: القبول أو الرفض

× هل فهمت الدرس؟

ومن أنواع هذه الأسئلة التى تكون إجابتها بـ: أوافق/ لا أوافق، حار/ بارد، عالى/ منخفض، غنى/ فقير.

وهذه الأسئلة عادةً لا توضع إلا للذين قرروا، أو لهم أراء، أو نعتقد أنهم يعرفون الإجابة.

(٣) أسئلة المطابقة:

وهى الأسئلة التى تتطلب تقديم معلومات واقعية.

ثانيًا: الأسئلة المفتوحة

هى الأسئلة التى تسمح للمتلقى بالإجابة عنها من أى زاوية. إذ توفر حرية أكثر للمتحدث ليقول ما يريد، ولا تحاصره فى إجابات محددة.

والسؤال المفتوح يبدأ عادةً بكيف أو ماذا أو لماذا؟ وهى لهذا تعطى للمتحدث فرصة ليفكر ويقدم رأيًا أو ملحوظة أو وصفًا أو تعليقًا أو توجيهًا، وتشجع من ثم على مواصلة المناقشة واستمرارها، ومن أمثلتها:

× كيف تعالج مشكلة أنفلونزا الطيور؟

وهناك أسئلة مفتوحة محدودة النهاية مثل:

× أخبرنى عن هواياتك؟

× ما رأيك فى هذه الوظيفة؟

مميزات السؤال المفتوح:

١- تجعل متلقى السؤال يتكلم وننصت نحن فقط.

٢- توفر لنا قدرًا كبيرًا من المعلومات التى يتطوع المتحدث بتقديمها. فتغنينا عن الحاجة لطرح مزيد من الأسئلة.

٣- تتسم بسهولة الإجابة عليها، ولا تمثل فى الوقت نفسه أى نوع من التهديد، أو الرهبة للمتلقى؛ ولهذا لابد أن يكون هذا النوع من الأسئلة فى مقدمة أنواع الأسئلة عند البدء فى الحوار حتى يتحقق الانسجام المبدئى.

٤- تساعد فى التعرف على أفكار واتجاهات الآخرين ومشاعرهم وميولهم، وفى التأثير أيضًا عليهم وتوجيه سلوكهم.

٥- تساعد الشخص الآخر على تركيز تفكيره وتحفيز قريحته للتوصل إلى حلول للمشكلات والمواقف العويصة بكلمات من صنعه، كما أنها تساعد على إثارة دوافع المتلقى واهتماماته من خلال تشجيعه على التأمل والاستكشاف العميق لموضوع السؤال واختيار البدائل.

٦- وسيلة حفز وإثارة وتدريب؛ ولذلك تفيد فى مجالات العمل والدراسة والبحث العلمى لمواجهة المشكلات، والبحث عن حلول لها.

٧- ينتج عنها نوادر وتصريحات يمكن اقتباسها، ومعلومات قد لا نتوقعها.

٨- تتيح الفرصة للمتحدث للتحكم فى المقابلة، وتشجعه على الحديث، واختيار مقدار طول الحديث، ومحتوى الإجابة، وهو ما يقتضى حسن إنصات السائل ومتابعته لكل ما يقال وتقييمه.

٩- تدعو المتحدث إلى التعاون والمشاركة مع السائل.

١٠- تساعد فى بناء جو الثقة المتبادل بين السائل والمجيب.

عيوب الأسئلة المفتوحة:

١- قد يتحدث متلقى السؤال فى اتجاهات لا تهم السائل.

٢- تستغرق وقتًا أطول.

٣- تحتاج إلى مهارة كبيرة من السائل لقيادة دقة الحديث، دون حدوث رد فعل سلبى من المتلقى، وأيضًا أن يكون ماهرًا فى تسجيل الإجابات.

٤- تحتاج إلى جهد أكبر من السائل فى التفكير والصياغة.

٥ - غير مناسبة للمتلقى الأقل ذكاء.

٦ - قد تجعل المجيب يعطى إجابة مختصرة بالنسبة للأسئلة المفتوحة النهاية، مما يتطلب أسئلة أخرى.

٧ - قد تجعل المجيب يستطرد فى ذكر معلومات لا صلة لها بموضوع الحديث... ويختصر المعلومات المهمة.

٨ - الإجابات الطويلة بما تتضمنه من استطرادات قد لا تكون منظمة وتتسم عادة بالتشتت.

٩ - تظهر نقص المعلومات عند المجيب، وفهمه للمفاهيم أو للكلمات الواردة فى السؤال.

أنواع الأسئلة المفتوحة:

١ ـ أسئلة التنبؤ:

لو نجحت فلسطين فى صد العدوان الإسرائيلى؟

٢ - أسئلة الافتراض:

ما الفروض التى يمكن أن تقترحها لتفسير ظاهرة الهجرة غير الشرعية للشباب؟

٣- أسئلة التعميم: فى عبارة قصيرة صف الوضع الذى كانت عليه مصر قبل حرب أكتوبر١٩٧٣ ؟

فى ضوء دراستك لمشكلات البطالة حدد الأضرار التى يمكن أن تلحق بالمجتمع من استمرار نفس هذه الظاهرة؟

٤- أسئلة الاستنتاج:

ما الذى يمكن أن تستنتجه من خطاب السيد الرئيس الأخير؟

٥- أسئلة تتطلب اقتراح أسلوب عمل؟

كيف يمكننا التغلب على الأمراض المعدية خلال أشهر الصيف؟

٦- الأسئلة العاطفية:

وهى أسئلة تهدف إلى استكشاف ميول وأحاسيس وعواطف المتلقى للسؤال. الحالية.. أو الماضية مثل:

ما أحاسيسك نحو أبنك بعد أن تزوج؟

ثالثًا: أنواع الأسئلة وفقًا للاتجاه:

تنقسم الأسئلة وفقًا للاتجاه إلى نوعين:

* أسئلة محايدة.

* أسئلة إيحائية أو موجهة.

١- الأسئلة المحايدة:

وتندرج تحت الفئة الأولى كل أنواع الأسئلة السابقة المفتوحة والمغلقة، والاستهلالية والأولية والثانوية، وغيرها من الأسئلة التى تتيح للمجيب الإجابة على السؤال دون أى تدخل أو إيحاء أو توجيه من قبل السائل أو إقناعه لتقديم إجابة محددة مثل ما رأيك فى طقس اليوم؟

٢- الأسئلة الإيحائية أو المواجهة:

تصاغ هذه الأسئلة وتعد بطريقة توحى للمتحدث بالرد الذى تريده سواء أكان احتمالا متوقعًا.. أم تأويلًا أم تفسيرًا أم نتيجة.. ولا يفيد هذا النوع من الأسئلة إلا مع نوعيات معينة من المتحدثين.. وذلك فى حالات المقابلات مع الخائفين والمترددين.. أو الذين يفتقدون الكفاءة.. ولذلك تحتاج من السائل إلى الاهتمام بدراسة شخصية المجيب. حتى يتحقق عندما يطرح مثل هذه الأسئلة من رد فعل المجيب بشأنها.. وهى أسئلة وليدة اللحظة.. وليس من الضرورى أن تصاغ فى صورة السؤال المباشر. مثل أليس الطقس جميلا؟

ويندرج تحت فئة الإيحائى نوعان آخران من الأسئلة هما:

أ- الأسئلة الاستفزازية:

وهى أسئلة تعتمد على إثارة انفعال الشخص الأخر والضرب على الوتر الحساس.. ويجب أن تستخدم بحرص شديد وبدون انفعال من السائل.. وقد لا تعطى الإجابة الصحيحة.

ب ـ الأسئلة الاستدراجية:

وهى مثل الأسئلة الإيحائية والاستفزازية تدفع المتحدث فى اتجاه إجابة معينة، ونلجأ إليها عند تعاون المتحدث أو مراوغته، وتستخدم عادة فى المحاكمات وفى الأحاديث الصحفية مع كبار المسئولين لانتزاع الإجابات التى نريدها.

رابعًا: أنواع السؤال وفقًا للغرض أو الهدف منها:

تنقسم الأسئلة وفقًا للغرض إلى أنواع عديدة أهمها:

١- الأسئلة المعرفية:

وتتضمن الأنواع الفرعية الآتية:

١- الأسئلة المعرفية: وتتضمن:-

أسئلة المعلومات.

أ- أسئلة حقائق.

ب - أسئلة مفاهيم.

ت - أسئلة آراء.

ث - أسئلة دوافع.

٢- أسئلة التذكر.

٣- أسئلة التفسيرية.

٤- أسئلة التطبيق.

٥- أسئلة التعريفات.

٦- أسئلة التقويم.

٧- أسئلة الترويح.

٨- أسئلة المتكلفة.

وسنتحدث عن كل نوع منها باختصار كما يلى:

١- الأسئلة المعرفية:

تعد أهم أنواع الأسئلة على الإطلاق.. والأساس الذى تنبثق منه باقى أنواع الأسئلة الأخرى.. فمن خلالها تنساب المعلومات والأخبار والحقائق والمفاهيم والآراء والدوافع عبر طرفى عملية الاتصال. لذلك فهى أساس الاتصال الثقافى والحضارى والمعرفى بكافة أنواعه.. وفى كل المجالات نجدها تشغل مساحة كبيرة، فى الإعلام والدعوة والتعليم والإدارة والاقتصاد وإدارة الأعمال والسياسة.. إلخ.

وتلبى هذه الأسئلة أساسًا متطلبات غريزة حب الاستطلاع، والرغبة فى التعرف على كل ما يستجد فى البيئة المحيطة من وقائع ومستجدات، وذلك كأساس للتكيف مع البيئة.

٢- أسئلة التذكر:

ونقصد بهذه الأسئلة تنمية القدرة على التذكر لدى المتلقى.. ولذلك فالقدرة على التذكر هى المقدرة العقلية الوحيدة المطلوبة للإجابة على أسئلة هذه الفئة، سواء أكان غرضنا تذكر الحقائق النوعية، أم تذكر المصطلحات، أم تذكر التقسيمات والتطبيقات والأنواع، أو تذكر الطرق والأساليب المنهجية، أم تذكر المبادئ والتعليمات.

وتستخدم هذه الأسئلة عادة فى المواقف التى تقتضى تعليمًا، كما فى التدريس والدعوة.. وبعض مجالات الإدارة، وأحيانًا فى الإعلام.

٣- السؤال التفسيرى:

يعتمد عادة على لماذا؟ وكيف؟.. فى محاولة لتقديم التفسيرات والتبريرات للوقائع والأحداث، ولكيفية حدوثها.. وفى إطار ذلك، قد نقارن بين مواقف ومواقف أخرى لنرى ما إذا كانت الأفكار متطابقة أو متشابهة أو مختلفة أو متعارضة.. والسؤال هنا يتطلب دليلًا يدعم الإجابة.

وقد يهدف السؤال التفسيرى إلى تفسير الأحداث للربط بين السبب والنتيجة، أو للمقارنة، أو للتضمين، أو للتعميم الاستقرائى بالأدلة المدعمة. وذلك بغرض إلقاء الأضواء على الأفكار والآراء ووجهات النظر والمعلومات والوقائع والأحداث.

٦- أسئلة التقويم:

وهذا النوع من الأسئلة يتطلب إصدار أحكام على قيمة الأشياء والسلوك والاختيارات والأعمال والأفكار.. وإعطاء أسباب لتبرير هذه الأحكام، وذلك فى ضوء معايير وشواهد وأدلة محددة.

٧- أسئلة الترويح:

وهى أسئلة نستهدف بها الترويح أو التسلية أو النكتة والمداعبة، وأحيانًا التهكم والسخرية.

٨- الأسئلة المتكلفة:

وهى الأسئلة التى نسألها ولا نريد إجابة عنها.. لأن الإجابة معروفة مسبقًا ولن تزيد عن جملة عادية أو لأننا ننوى الإجابة عليها.. وتقصد هذه الأسئلة عادة لشد انتباه الجمهور أو لزيادة ما لديه من معلومات.

مهارة السؤال فى القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة

أولا فى القرآن الكريم:

الكلمة	التكرار
وَسْئَلْهُمْ	١
اسْئَلُوا	٤
فَسْئَلُوهُمْ	١
فَسْئَلُوهُنَّ	١
سَلْ	١
سَلْهُمْ	١
سُئِلَ	١
سُئِلَتْ	١
سُئِلُوا	١
تُسْئَلُ	١

الكلمة	التكرار
وَسْئَلْهُمْ	١

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
١٦٣	ك	٧	الأعراف	وَاسْأَلْهُمْ عَنِ الْقَرْيَةِ الَّتِى كَانَتْ حَاضِرَةَ الْبَحْرِ

الكلمة	التكرار
اسْئَلُوا	٤

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
٣٢	م	٤	النساء	وَلِلنِّسَاء نَصِيبٌ مِمَّا اكْتَسَبْنَ وَاسْأَلُوا اللَّهَ مِنْ
٤٣	ك	١٦	النحل	فَاسْأَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لاَ تَعْلَمُونَ
٧	ك	٢١	الأنبياء	فَاسْأَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لاَ تَعْلَمُونَ
١٠	م	٦٠	الممتحنة	وَلاَ تُمْسِكُوا بِعِصَمِ الْكَوَافِرِ وَاسْأَلُوا مَا أَنْفَقْتُم

الكلمة	التكرار
فَسْئَلوهُمْ	١

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
٦٣	ك	٢١	الأنبياء	قَالَ بَلْ فَعَلَهُ كَبِيرُهُمْ هَذَا فَاسْأَلُوهُمْ إِنْ كَانُوا يَنْطِقُونَ

الكلمة	التكرار
فَسْئَلوهنّ	١

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
٥٣	م	٣٣	الأحزاب	وَإِذَا سَأَلْتُمُوهُنَّ مَتَاعًا فَاسْأَلُوهُنَّ مِنْ وَرَاءِ حِجَابٍ

الكلمة	التكرار
سَلْ	١

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
٢١١	م	٢	البقرة	سَلْ بَنِي إِسْرَائِيلَ كَمْ آتَيْنَاهُمْ مِنْ آيَةٍ بَيِّنَةٍ

الكلمة	التكرار
سَلْهُمْ	١

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
٤٠	ك	٦٨	القلم	سَلْهُمْ أَيُّهُم بِذَلِكَ زَعِيمٌ

الكلمة	التكرار
سُئِلَ	١

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
١٠٨	م	٢	البقرة	أَمْ تُرِيدُونَ أَنْ تَسْأَلُوا رَسُولَكُمْ كَمَا سُئِلَ مُوسَى مِنْ قَ

الكلمة	التكرار
سُئِلَتْ	١

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
٨	ك	٨١	التكوير	وَإِذَا الْمَوْءُودَةُ سُئِلَت

الكلمة	التكرار
سُئِلُوا	١

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
١٤	م	٣٣	الأحزاب	وَلَوْ دُخِلَتْ عَلَيْهِم مِّنْ أَقْطَارِهَا ثُمَّ سُئِلُوا الْفِتْنَةَ لَآتَوْهَا

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
١١٩	م	٢	البقرة	وَلَا تُسْأَلُ عَنْ أَصْحَابِ الْجَحِيمِ

ثانيا السؤال فى الحديث الشريف:

حديث رقم: ١

صحيح ابن خزيمة كتاب الوضوء باب ذكر الخبر الثابت عن النبى صلى الله عليه وسلم بأن إتمام حدثنا أبو يعقوب يوسف بن واضح الهاشمى، ثنا المعتمر بن سليمان عن أبيه عن يحيى بن يعمر قال:: (قلت: - يعنى لعبد الله بن عمر - يا أبا عبد الرحمن إن أقواما يزعمون أن ليس قدر. قال: هل عندنا منهم أحد ؟ قلت: لا. قال: فأبلغهم عنى إذا لقيتهم إن ابن عمر يبرأ إلى الله منكم وأنتم براء منه. ثم قال:، حدثنى عمر بن الخطاب قال: بينما نحن جلوس عند رسول الله صلى الله عليه وسلم فى أناس إذ جاء رجل ليس عليه سحناء سفر وليس من أهل البلد، يتخطى حتى ورد فجلس بين يدى رسول الله صلى الله عليه وسلم، فقال: يا محمد ما الإسلام ؟ قال: الإسلام أن تشهد أن لا إله إلا الله، وأن محمدا رسول الله، وأن تقيم الصلاة وتؤتى الزكاة، وتحج البيت، وتعتمر، وتغتسل من الجنابة، وأن تتم الوضوء وتصوم رمضان قال: فإذا فعلت ذلك فأنا مسلم ؟ قال: نعم قال: صدقت. وذكر الحديث بطوله فى السؤال عن الإيمان والإحسان والساعة

حديث رقم: ٢٠٨

صحيح ابن خزيمة كتاب الوضوء باب الرخصة فى قراءة القرآن وهو أفضل الذكر على غير وضوء

أخبرنا أبو طاهر، ثنا أبو بكر، ثنا بندار، ثنا محمد بن جعفر، ثنا شعبة عن عمرو بن مرة، قال: سمعت عبد الله بن سلمة قال:: (دخلت على على بن أبى طالب أنا ورجلان، رجل منا ورجل من بنى أسد، أحسب فبعثهما وجها، وقال: إنكما علجان فعالجا عن دينكما، ثم دخل المخرج ثم خرج، فأخذ حفنة من ماء فتمسح بها، ثم جاء فقرأ القرآن قراءة فأنكرنا ذلك. فقال على: كان رسول الله صلى الله عليه وسلم يأتى الخلاء فيقضى الحاجة، ثم يخرج فيأكل معنا الخبز واللحم ويقرأ القرآن ولا يحجبه عن القرآن شىء، ليس الجنابة. أو إلا الجنابة.

أخبرنا أبو طاهر، نا أبو بكر، قال: سمعت أحمد بن المقدام العجلى، يقول: حدثنا سعيد بن الربيع عن شعبة بهذا الحديث.

قال شعبة: هذا ثلث رأس مالى.

قال أبو بكر قد كنت بينت فى كتاب البيوع أن بين المكروه وبين المحرم فرقانا واستدللت على الفرق بينهما بقول النبى صلى الله عليه وسلم: إن الله كره لكم ثلاثا، وحرم عليكم ثلاثا. كره لكم قيل وقال، وكثرة السؤال، وإضاعة المال، وحرم عليكم عقوق الأمهات، ووأد البنات، ومنع وهات. ففرق بين المكروه وبين المحرم بقوله فى خبر المهاجر بن قنفذ: كرهت أن أذكر الله إلا على طهر. قد يجوز أن يكون إنما كره ذلك إذ الذكر على طهر أفضل، لا أن ذكر الله على غير طهر محرم. إذ النبى صلى الله عليه وسلم قد كان يقرأ القرآن على غير طهر، والقرآن أفضل الذكر. وقد كان النبى صلى الله عليه وسلم يذكر الله على كل أحيانه، على ما روينا عن عائشة رضى الله عنها. وقد يجوز أن تكون كراهته لذكر الله إلا على طهر، ذكر الله الذى هو فرض على المرء دون ما هو متطوع به. فإذا كان ذكر الله فرضا لم يؤد الفرض على غير طهر حتى يتطهر، ثم يؤدى ذلك الفرض على طهارة. لأن رد السلام فرض عند أكثر العلماء فلم يرد صلى الله عليه وسلم وهو على غير طهر حتى تطهر ثم رد السلام. فأما ما كان المرء متطوعا به من ذكر الله ولو تركه فى حالة هو فيها غير طاهر، لم يكن عليه إعادته، فله أن يذكر الله متطوعا بالذكر وإن كان غير متطهر.).

حديث رقم: ٧٤٢

صحيح ابن خزيمة كتاب الصلاة باب التهليل والثناء على الله بعد السلام

أنا أبو طاهر، ثنا عبد الله بن محمد الزهرى، ثنا سفيان، قال سمعته من عبدة - يعنى ابن أبى لبانة - سمعته من وراد كاتب المغيرة، قال: كتب معاوية إلى المغيرة أخبرنى بشىء سمعته من رسول الله صلى الله عليه وسلم. قال: كان رسول الله ص: (أن رسول الله صلى الله عليه وسلم كان يقول فى دبر الصلاة: لا إله إلا الله وحده لا شريك له، له الملك وله الحمد وهو على كل شىء قدير، اللهم لا مانع لما أعطيت ولا معطى لما منعت ولا ينفع ذا الجد منك الجد.

وفى حديث عبد الرحمن: قال أملى على المغيرة بن شعبة، فكتبت إلى معاوية: أن رسول الله صلى الله عليه وسلم كان يقول فى دبر كل صلاة مكتوبة.

فإما أبو هاشم فإنه حدثنا بحديث هشيم فى عقب خبر مغيرة و مجالد عن الشعبى عن وراد:

أن معاوية كتب إلى المغيرة أن اكتب إلى بشىء سمعته من رسول الله صلى الله عليه وسلم، قال، فكتب إليه المغيرة: إنى سمعته يقول عند انصرافه من الصلاة: لا إله إلا الله وحده لا شريك له، له الملك وله الحمد وهو على كل شىء قدير ثلاث مرات. قال: وكان ينهى عن قيل وقال وكثرة السؤال وإضاعة المال ومنع وهات وعقوق الأمهات ووأد البنات.

أنا أبو طاهر، ثنا أبو بكر، ثنا بهذا الخبر الدورقى و أبو هاشم، قالا، حدثنا هشيم، أخبرنا غير واحد منهم المغيرة و مجالد ورجل ثالث أيضا كلهم عن الشعبى، ثم أخبرنا أبو هاشم فى عقب هذا الخبر، حدثنا هشيم، أخبرنا عبد الملك بن عمير قال سمعت ورادا يحدث هذا الحديث عن المغيرة عن النبى.).

حديث رقم: ٢٤٣٥

صحيح ابن خزيمة كتاب الزكاة باب فضل المتصدق على المتصدق عليه

حدثنا يوسف بن موسى، أخبرنا جرير، عن إبراهيم بن مسلم الهجرى،

وحدثنا بندار، حدثنا محمد، حدثنا شعبة، عن إبراهيم الهجرى، قال سمعت أبا الأحوص، عن عبد الله:: (عن النبى صلى الله عليه وسلم أنه قال: الأيدى ثلاثة، يد الله العليا، و يد المعطى التى تليها، و يد السائل السفلى إلى يوم القيامة، فاستعف عن السؤال ما استطعت.

قال يوسف: عن أبى الأحوص. و قال: التى تليها، و قال: فاستعفوا عن السؤال ما استطعتم. هذا لفظ حديث بندار).

أخبرنا أحمد بن جعفر، ثنا عبد الله بن أحمد بن حنبل، حدثنى أبى، ثنا محمد، ثنا شعبة، عن إبراهيم الهجرى، عن أبى الأحوص، عن عبد الله قال: (قال رسول الله صلى الله عليه و سلم: الأيدى ثلاثة: يد الله العليا ويد المعطى التى تليها و يد السائل السفلى إلى يوم القيامة فاستعف عن السؤال ما استطعت).

حديث رقم: ١٤٨٦

مستدرك الحاكم كتاب الزكاة كتاب الزكاة

أخبرنيه أبو عمرو إسماعيل بن نجيد، ثنا محمد بن أيوب، يحيى بن المغيرة، ثنا جرير، عن إبراهيم بن مسلم الهجرى: (فذكره بنحوه و قال فيه: فاستعفوا عن السؤال ما استطعتم.).

حديث رقم: ٦٣٠

مستدرك الحاكم كتاب الطهارة كتاب الطهارة

حدثنا أبو العباس محمد بن يعقوب، ثنا أبو عثمان سعيد بن عثمان التنوخى، ثنا بشر بن بكر، حدثنى الأوزاعى، ثنا عطاء بن أبى رباح أنه سمع عبد الله بن عباس: (يخبر أن رجلاً أصابه جرح على عهد رسول الله صلى الله عليه و سلم ثم أصابه احتلام فاغتسل فمات فبلغ ذلك النبى صلى الله عليه و سلم فقال: قتلوه قتلهم الله ألم يكن شفاء العى السؤال. فبلغنا أن رسول الله صلى الله عليه و سلم سئل عن ذلك فقال: لو غسل جسده و ترك رأسه حيث أصابه الجرح.

و قد رواه الهقل بن زياد و هو من أثبت أصحاب الأوزاعى و لم يذكر سماع

الأوزاعى من عطاء.)

حديث رقم: ٦٣١

مستدرك الحاكم كتاب الطهارة كتاب الطهارة

أخبرنا عبد الله بن محمد بن أحمد بن على بن مخلد الجوهرى ببغداد، ثنا إبراهيم بن الهيثم البلدى، ثنا عبد الله بن صالح، ثنا هقل بن زياد.

و أخبرنا أبو بكر بن إسحاق الفقيه، أنبأ الحسن بن سفيان، ثنا الحكم بن موسى، ثنا هقل: (أن رجلاً أصابته جراحة على عهد رسول الله صلى الله عليه و سلم فأصابته جنابة فاستفتى فأمر بالغسل فاغتسل فمات فبلغ ذلك رسول الله صلى الله عليه و سلم فقال: قتلوه قتلهم الله ألم يكن شفاء العى السؤال.

قال عطاء: فبلغنى أن رسول الله صلى الله عليه و سلم سئل بعد ذلك فقال: لو غسل جسده و ترك حيث أصابه الجراح جزأه.).

حديث رقم: ٥٩٤٤

مستدرك الحاكم كتاب معرفة الصحابة رضى الله تعالى عنهم ذكر مناقب أبى أيوب الأنصارى رضى الله عنه

حدثنا الشيخ أبو بكر إسحاق الإمام، أنا العباس بن الفضل الأسفاطى، ثنا إسماعيل بن أويس، حدثنى أخى، عن سليمان بن بلال، عن أسامة بن زيد، عن ابن شهاب، عن إبراهيم بن عبد الله بن حنين أن عبد الله بن عباس و المسور بن مخ: (اختلفا فى المحرم يغسل رأسه بالماء من غير جنابة فأرسلانى إلى أبى أيوب الأنصارى و هو فى بعض مياه مكة أسأله عن ذلك فذكر الحديث بطوله.

هذه فضيلة لأبى أيوب أن ابن عباس و المسور بن مخرمة رجعا إليه فى السؤال، و أظن أن الشيخين رضى الله عنهما قد خرجاه أو أحدهما فى كتاب الطهارة.).

حديث رقم: ٢٤٢٠

مسند أبى يعلى الموصلى أول مسند ابن عباس أول مسند ابن عباس

حدثنا أبوصالح، حدثنا هقل قال: سمعت الأوزاعى قال: قال عطاء: (عن ابن عباس أن رجلاً أصابته جراحة على عهد رسول الله صلى الله عليه وسلم، فأصابته جنابة، فاستفتى، فأفتى بالغسل، فاغتسل، فمات. فبلغ ذ لك النبى صلى الله عليه وسلم فقال: قتلوه قتلهم الله، أفلم يكن شفاء العى السؤال ؟).

حديث رقم: ٤٤٦١

مسند أبى يعلى الموصلى مسند عائشة مسند عائشة

حدثنا أبو بكر بن أبى شيبة، حدثنا عبيد بن سعيد القرشى، عن سفيان، عن منصور، عن إبراهيم، عن الأسود،: (عن عائشة قالت: أهدى لرسول الله صلى الله عليه وسلم ضب فلم يأكل منه فقلت: يا رسول الله ألا أطعمه السؤال؟ قال: لا أطعم السؤال إلا ما آكل منه).

حديث رقم: ٥١٢٥

مسند أبى يعلى الموصلى مسند عبد الله بن مسعود مسند عبد الله بن مسعود

وعن عبد الله: (عن النبى صلى الله عليه وسلم قال: الأيدى ثلاثة: فيد الله تعالى العليا، ويد المعطى التى تليها، ويد السائل السفلى الى يوم القيامة، فاستعف عن السؤال وعن المسألة ما استطعت فإن أعطيت شيئاً - أو قال: خيراً - فلير عليك، وأبدأ بمن تعول، وارضح من الفل، ولا تلام على العفاف).

حديث رقم: ٦٥٩١

مسند أبى يعلى الموصلى شهر بن حوشب، عن أبى هريرة شهر بن حوشب، عن أبى هريرة وبإسناده قال: قال رسول الله ـ صلى الله عليه وسلم ـ:: (لا يحب الله إضاعة المال، ولا كثرة السؤال، ولا قيل وقال).

حديث رقم: ٨٦٧

مصنف عبد الرزاق كتاب الطهارة باب إذا لم يجد الماء

الرزاق عن الأوزاعى عن رجل عن عطاء بن أبى رباح عن ابن عباس: (أن رجلاً كان به جراح فأصابته جنابة فأمروه فاغتسل فمات، فبلغ ذلك النبى صلى الله عليه وسلم فقال: قتلتموه قتلكم الله ألم يكن شفاء العى السؤال، قال عطاء: فبلغنى أن النبى صلى الله عليه وسلم قال: اغتسل واترك موضع الجراح).

حديث رقم: ٥٩٣

صحيح مسلم كتاب الأقضية باب النهى عن كثرة المسائل من غير حاجة والنهى. وحدثنا إسحاق بن إبراهيم الحنظلى أخبرنا جرير عن منصور عن الشعبى عن وراد مولى المغيرة بن شعبة عن المغيرة بن شعبة عن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال: (إن الله حرم عليكم عقوق الأمهات ووأد البنات ومنعا وهات وكره لكم ثلاثا قيل وقال وكثرة السؤال وإضاعة المال).

حديث رقم: ٧٥٢

أخبرنا أبو المغيرة: ثنا الأوزاعى قال: بلغنى أن عطاء بن أبى رباح قال: إنه سمع ابن عباس يخبر: (أن رجلا أصابه جرح فى عهد النبى صلى الله عليه وسلم، ثم أصابه احتلام، فأمر بالاغتسال، فمات، فبلغ ذلك النبى صلى الله عليه وسلم فقال: قتلوه قتلهم الله، ألم يكن شفاء العى السؤال.

وقال عطاء: بلغنى أن النبى صلى الله عليه وسلم سئل بعد ذلك فقال: لو غسل جسده وترك رأسه حيث أصابه الجرح).

حديث رقم: ٣٣٦٣

أخبرنا زكريا بن يحيى بن عبد الرحمن الساجى بالبصرة، حدثنا عبد الواحد بن غياث، حدثنا حماد بن سلمة، عن عاصم بن بهدلة، عن أبى صالح

عن أبى هريرة أن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال: (خير الصدقة ماكان عن ظهر غنى، واليد العليا خير من التى: (تقول امرأته: أنفق على، وتقول أم ولده: إلى من تكلنى، ويقول له عبده: أطعمنى واستعملنى.

قال أبو حاتم: قوله صلى الله عليه وسلم: (اليد العليا خير من اليد السفلى) عندى أن اليد المتصدقة أفضل من اليد السائلة، لا الآخذة دون السؤال، إذ محال أن تكون اليد التى أبيح لها استعمال فعل باستعماله أحسن من آخر فرض عليه إتيان شىء، فأتى به، أو تقرب إلى بارئه متنفلاً فيه، وربما كان المعطى فى إيتانه ذلك أقل تحصيلاً فى الأسباب من الذى أتى بما أبيح له، وربما كان هذا الآخذ بما أبيح له أفضل وأروع من الذى يعطى، فلما استحال هذا على الإطلاق دون التحصيل بالتفضيل، صح أن معناه أن المتصدق أفضل من الذى يسألها).

صحيح ابن حبان كتاب السير باب طاعة الأئمة

أخبرنا عبد الله بن محمد بن سلم، حدثنا حرملة بن يحيى، حدثنا ابن وهب، أخبرنى عمرو بن الحارث أن بكيراً حدثه أن سهيل بن ذكوان حدثه أن أباه حدثه عن أبى هريرة، عن رسول الله صلى الله عليه وسلم أنه قال: (آمركم بثلاث، وأنهاكم عن ثلاث: آمركم أن تعبدوا الله، ولا تشركوا به شيئاً، وتعتصموا بحبل الله جميعاً، ولا تتفرقوا، وتطيعوا لمن ولاه الله أمركم، وأنهاكم عن قيل وقال، وكثرة السؤال، وإضاعة المال.

قال أبو حاتم: قوله صلى الله عليه وسلم: (أن تعبدوا الله، ولا تشركوا به شيئاً) أمر فرض على المخاطبين فى كل الأحوال، وقوله: وتعتصموا بحبل الله جميعاً أراد به كتاب الله، وهو فرض على بعض المخاطبين الذين تقع بهم الحاجة إلى استعماله فى حال دون حال، وتطيعوا لمن ولاه الله أمركم لفظه عام له تخصيصان، أحدهما: أن يؤمر المرء بماله فيه رضى، والثانى: إذا أمر ما استطاع دون ما لا يستطيع).

صحيح ابن حبان كتاب الحظر والإباحة كتاب الحظر والإباحة

أخبرنا أبو يعلى، قال: حدثنا خلف بن هشام البزار، قال: حدثنا حماد بن زيد، عن عاصم، عن الشعبى: (أن معاوية كتب إلى المغيرة بن شعبة أن اكتب إلى بحديث سمعته من رسول الله صلى الله عليه وسلم، فدعا غلامه ورادا، فقال:

اكتب: إنى سمعت رسول الله صلى الله عليه وسلم ينهى عن وأد البنات، وعقوق الأمهات، وعن منع وهات، وعن قيل وقال، وكثرة السؤال، وإضاعة المال.

سمع الشعبى هذا عن وراد عن المغيرة، قاله الشيخ.).

مهارة القراءة

أولا مفهوم القراءة

تعددت تعريفات القراءة فالقراءة كما انتهى إلى ذلك كثير من الباحثين هى:

١- عملية فكرية عقلية شديدة التعقيد، ارتباطها بالنشاط العقلى والفسيولوجى للإنسان. إضافة إلى حاسة البصر، وأداة النطق، والحالة النفسية".

٢- تتضمن عمليات الإدراك البصرى للرموز المكتوبة، وحلها وفهم معانيها، والربط بين هذه المعانى والخبرة الشخصية بما يساعد الإنسان على الفهم والتدقيق فيما يقرأ، والحكم عليه، والربط بين جنبات المادة المقروءة، والاستنتاج والتفاعل والتواصل والانفعال.

٣- هى أسلوب من أساليب النشاط الفكرى فى حل المشكلات. يبدأ بإحساس الإنسان بمشكلة ما، ثم يأخذ فى القراءة لحل هذه المشكلة. ويقوم فى أثناء ذلك بجمع الاستجابات التى يتطلبها حل المشكلة، من تفكير وانفعال.

ومن هذا المفهوم، يتضح لنا أن القراءة كنشاط تقوم على أبعادة أربعة هى:

١- التعرف والنطق.

٢- الفهم.

٣- النقد والموازنة.

٤- حل المشكلات.

إن عملية القراءة ليست عملية طبيعية فحسب، وإنما تلزمها عادات ومهارات ينبغى أن تكتسب، واتجاهات ينبغى أن تتكون..فهى مهارة أساسية من أهم

المهارات التى يمكن أن يملكها الفرد فى المجتمع الحديث الذى أصبحت القراءة قيمة أساسية لمن أراد أن يحيا حياة كريمة..وبغير هذه القدرة يستحيل على الفرد أن ينتقل من مكان إلى مكان فى يسر وسهولة، كما أنه لا سبيل له إلى تفهم الإرشادات والتوجيهات والتعرف على الأخبار بطريقة مسيرة، إلا إذا كان قارئًا.. والفرد القادر على القراءة الجيدة يملك الوسيلة لتوسيع آفاقه العقلية، ومضاعفة خبراته، والتزود من كنوز الحكمة والمعرفة...كما أنها تلعب دورًا كبيرًا فى حياة المواطن من حيث معاونته على النجاح فى عمله الذى يحترفه..وفى كثير من المهن لا يمكن النجاح أصلًا دون امتلاك هذه المهارة.. فوظائف التدريس والدعوة والصحافة والإعلام وغيرها.. وظائف لا يمكن النجاح فيها دون امتلاك مهارة القراءة.

أهمية القراءة:

لا أحد ينكر أهمية القراءة بالنسبة لنا كأفراد وكمجتمع. وعلى أنها تدخل فى كل نواحى الحياة الحديثة، وتسهم بقدر كبير فى تطويرها.. ورغم اتفاقنا على أنها أهم وسائل التفاهم والاتصال فى الناحيتين المادية والروحية.

وفما يدل على أهمية القراءة ما نزل من القرآن الكريم يحثنا على الاهتمام بها فقد قال تعالى.. اقرأ. باسم ربك الذى خلق. سورة العلق آية (١، ٢).

وتتضح أهمية القراءة بالنسبة للفرد فى الآتى:

١- تساعد الفرد على الرقى فى السلم الاجتماعى.. لأن الوعى بمشكلات المجتمع والعالم يتم عن طريق القراءة.

٢- يتعرف الفرد من خلالها على التراث الاجتماعى لمجتمعه، وعلى التراث البشرى، بما يساعد على النمو والإبداع، وعلى مسايرة التقدم العالمى.

٣- تساعد الفرد على صقل وجدان القارئ، وتنمية الفكر، وتكوين الاتجاهات والميول، وتفجير طاقاته الإبداعية لتكوين شخصية مستقلة متوازنة ذات مستوى ثقافى عال.

٤- تساعد على إثراء رصيد القارئ اللغوى، وتعوده السرعة فى القراءة، والفهم والنقد والتحليل للمادة المقروءة.

٥- تهدف إلى اعتزاز القارئ بلغته، باعتبارها عنصرًا مهمًا من مقومات شخصيته.

٦- تعد وسيلة لاتصال الفرد بغيره مهما تباعدت المسافات.

٧- تعد وسيلة للترويج عن النفس، وقضاء وقت الفراغ فيما ينفع ويفيد.

٨- تعد بالنسبة للفرد أهم وسيلة للحصول على المعرفة..متى يشاء وحينما يريد.. وتتميز بإتاحة الفرصة لاختيار المادة المقروءة.

٩- القراءة وسيلة الفرد لاكتساب المعلومات والمهارات والخبرات المختلفة.

أما بالنسبة لأهمية القراءة للمجتمع فتتضح كالآتى:

١- تحقق التواصل بين أفراد المجتمع الواحد من خلال الوقوف على أفكار الآخرين واتجاهاتهم.

٢- يتعرف الأفراد من خلالها على التراث الثقافى للمجتمع بما يحافظ على وحدة المجتمع وتقارب أفراده.

٣- أنها وسيلة لاتصال المجتمعات بعضها مع بعض.

٤- تنمية الأفراد وتزويدهم بالمعارف البشرية لمسايرة التقدم العالمى.

٥- تساعد القراءة على رفع مستوى المعيشة.

٦- تسهم فى تنمية التذوق وتعميق العواطف الإنسانية.

٧- تنمى روح الولاء للوطن من خلال الدعوة إلى التفاهم والتقارب بين فئات المجتمع الواحد.

المهارات اللازمة للقراءة الجيدة:

كما وضحنا أن القراءة عملية فكرية عقلية شديدة التعقيد.. ترتبط بالنشاط

العقلى والفسيولوجى للإنسان وبحالته النفسية.. وتحتاج إلى أكثر من مجرد الإدراك البصرى للرموز المكتوبة.

وتحتاج إلى مجموعة من القدرات التى ينبغى توافرها لدى الفرد كى يتمكن من القراءة الجيدة وهذه القدرات هى:

١- القدرة على النظر إلى الكلمات المكتوبة وإدراك النقاط الأولية المهمة فى الموضوع بمجرد مرور النظر عليها.

٢- القدرة على ترتيب وتنظيم المادة المقروءة.

٣- القدرة على إدراك المعنى العام للمادة المقروءة.

٤- القدرة على القراءة مع التنبؤ بالنتائج.

٥- القدرة على التمييز بين أجزاء وفصول وتفريعات المادة المقروءة.

٦- القدرة على نقد و تمحيص المادة المقروءة.

وحينما نتكلم عن تنمية مهارة القراءة لدى القائمين بالاتصال باعتبارها الأساس للنجاح فى جوانب الحياة المختلفة.. فإن هذا يعنى تنمية كافة القدرات المتصلة بعملية القراءة، إضافة إلى تنمية مهارة السرعة فى القراءة والمقدرة اللغوية.. وذلك حتى نتمكن من توفير المتطلبات الأساسية للقراءة، والتى تساعد بدورها على تحقيق الأبعاد التالية:

١- الفهم: هو عملية الربط بين الصحيح من الألفاظ والمعانى.. والتعرف على المعنى المقصود فى إطار السياق.. والتعرف على المعنى الضمنى أيضًا.. بما يساعد الفرد على الربط بين المفاهيم واستخلاص المعانى.

٢- النقد: وتتمثل عملية نقد المقروء فى مظاهر أهمها: إبداء الرأى الشخصى، والمناقشة، والتفسير، والموازنة بين الآراء المختلفة، وذلك من خلال تفاعل القارئ مع المادة المقروءة.. وهذا التفاعل يؤكد الفهم المتكامل الذى يؤدى بالتالى إلى النقد السليم.

٣- حل المشكلات: فبعد فهم المقروء بكل أبعاده يمكن للقارئ أن يستغل مادة القراءة فى حل مشكلاته المهنية أو اليومية أو حل مشكلات مجتمعه.

فالقراءة الجيدة إذن عملية ذهنية فكرية هادفة لتحقيق أهداف محددة وليست مجرد أداة للتسلية أو لملء وقت الفراغ.وتستطيع السيطرة على مفردات القراءة، وتوظيف التقنيات المختلفة للاقتراب من القراءة المثلى، أو الجيدة، والتى تساعدك على تحقيق أهدافك من القراءة.

وتتمثل التقنيات اللازم التعرف عليها للوصول إلى القراءة الجيدة فى مجموعة من العوامل هى:

أهم التقنيات اللازم معرفتها للوصول إلى القراءة المثلى (الجيدة):

١- التعرف على العملية الطبيعية للقراءة.

٢- معرفة بيئة القراءة.

٣- الحصيلة اللغوية.

٤- التعرف على مراحل عملية القراءة الجيدة.

٥- اختيار السرعة الأمثل.

٦- تحديد الأسلوب الأفضل للقراءة.

أنواع القراءة

القراءة نشاط أساسى لا يمكننا الاستغناء عنه.. بل هى أساس لنجاح وانتظام ممارستنا لأعمالنا.. فى مجالات الحياة المختلفة..

وللقراءة أنواع متعددة أهمها..

١- القراءة الخاطفة أو السريعة:

القراءة السريعة من المهارات الضرورية للإنسان المعاصر لمواجهة طوفان المعلومات التى أصبحت تحاصره فى كل مكان.. وهى مهارة أكثر من ضرورية للعاملين فى حقول الاتصال بالجماهير، للوقوف على سيل المعلومات المتدفق،

والاستفادة منه لتطوير آرائنا فى مجالات الأعمال المختلفة والقراءة السريعة الخاطفة يقصد منها الاهتداء بسرعة إلى شىء معين.. كقراءة الفهارس وقوائم الأسماء، والعناوين وأرقام الهواتف فى دليل التليفونات.. وأيضا لتصفح الكتب والصحف، والمجلات. وتعلم هذه المهارة يعنى تدريب العين على الحركة بسرعة وبملامسة عبر الصفحة، وأننا نعطى الفرصة كاملة للعقل للبحث عن المعنى من عملية القراءة، بدلًا من عملية التركيز على كلمات متفرقة.

ومعدل القراءة السريعة مع الفهم كما أشارت إلى ذلك البحوث يبدأ من ٢٥٠ كلمة فى الدقيقة للأفراد العاديين. ولذوى الثقافة العالية من ٦٠٠:٥٠٠ كلمة فى الدقيقة، ممن تعد القراءة مدخلًا أساسيًا لممارسة وظائفهم. وفى حالات خاصة يزيد معدل القراءة عن ذلك..فقد سجل الرئيس الأمريكى "جون كيندى" أعلى معدل للقراءة فى الدقيقة، إذ وصل إلى معدل ١٠٠٠ كلمة فى الدقيقة الواحدة، ويرجع السبب فى اختلاف سرعات القراءة عند الناس إلى عوامل عديدة منها:

١- صعوبة المادة العلمية.

٢- صعوبة أسلوب الكتابة.

٣- رداءة الخط أو الطباعة غير الواضحة.

٤- الإخراج الردىء للمادة المقروءة.

٥- استخدام الكلمات والتعبيرات المعقدة أو الصعبة أو غير المألوفة.

٢- قراءة الاستمتاع:

من المعروف أنه كلما كانت دائرة الإنسان واسعة.. كانت فرصة القراءة الاستمتاعية أكثر وفرة.. وهذا اللون من القراءة يظهر مرتبطًا بقضاء وقت الفراغ. وينبع من رغبة القارئ فى استطلاع النفس البشرية، والتعرف على ما يحيط به من ظروف حياتية مختلفة.أو بدافع الرغبة فى الابتعاد عن الواقع.. أو للاستمتاع بالاستجابات الانفعالية التى تتمثل فى مواقف يعانيها الآخرون. وبالإضافة إلى ذلك فهناك دوافع أخرى مثل:

١- إشباع هواية من الهوايات.

٢- الرغبة فى معرفة الغريب من الأشياء.

٣- تعميق ثقافة الفرد فى كافة الميادين.

ومن ألوان القراءات التى تلبى احتياجات هذا النوع من القراءة القصص والروايات وقصص الجوانب الإنسانية. وقصص الحكايات الوهمية والخرافات والشعر.. وكتب الرحلات، والكتب التاريخية.. وكذلك قراءة الموضوعات والكتب التى تتناول حياة الحيوان، وطرائف معيشته، والكتب عن الأقطار الأخرى.. ويدخل فى إطار هذه القراءة ما تتضمنه الصحف عادة من قصص الحياة الإنسانية، والحوادث والطرائف والعجائب وأخبار المشاهير والمجتمع.. إلخ. والطابع العام لقراءة الاستمتاع هو القراءة السريعة.. الخالية من التعمق والتفكير.

٣- **القراءة التحصيلية:**

هذا النوع من القراءة يرتبط بمطالب المهنة التى ننتمى إليها، وبحياتنا المدنية، ويعتبر ذلك من وجوه نشاطنا اليومى.. وهى قراءة لإشباع احتياجاتنا إلى معلومات معينة. فالقراءة التحصيلية قراءة انتقائية.. وهى قراءة للبحث والدرس، نبحث فى موضوع معين يتصل بجوانب حياتنا المختلفة. ونبحث عن المعلومات المتصلة به فى الكتب والدوريات، ودوائر المعارف، والقواميس، والمراجع العلمية المختلفة.. ولا نقرأ فيها إلا ما يتصل بالموضوع الذى نهتم بالوقوف عليه.

وهذه القراءة تتسم بالتريث والأناة، مما يساعد على تثبيت الحقائق فى الأذهان، وعلى تفهم المادة المقروءة.. والتفكير المستمر فيما تقرأ.. وذلك لاستيعاب المعلومات، واتخاذ القرارات المناسبة، أو لبناء اتجاهاتنا وتكوين آرائنا تجاه ما يواجهنا من قضايا ومواقف ومشكلات.

٤- **القراءة النقدية:**

وهى نوع من القراءة المتأنية كما يقول الدكتور "محمد منير محدس".. لأنها تعتمد على التفاعل الفكرى الناقد بين القارئ والمادة المقروءة. وهى لذلك تحتاج إلى ما تقوم عليه عملية النقد من تفهم للأفكار، ووزنها بميزان المنطق، وتقويمها والحكم عليها..

وهذه القراءة ضرورية لبناء الشخصية العلمية للعاملين فى حقول الاتصال بالجماهير، ولتطوير مهاراتهم الاتصالية، وتكوين أفكارهم وآرائهم العلمية..

وأثناء هذه القراءة قد ندون فى قصاصات أو مذكرات ملاحظاتنا النقدية على ما نقرأ.. ونقيم ما نقرأ.. ونبحث فى مدى موضوعيته أو تحيزه.. وما اتصاله بما نود معرفته.. ومدى أهمية ما يقدم لنا من معلومات.. وأفكار وآراء، وما قد تتضمنه من تناقضات. وكثيرًا ما تكشف هذه القراءة النقدية فجوات أو جوانب قصور فيما يتعرض له المؤلف.. أو تستثير فى نفوسنا أسئلة تدفعنا للبحث والدراسة للإجابة عليها، أو لسد الفجوات فيما كشفت عنه فى إطار معرفتنا. وهذا التحديد لأنواع القراءة ليس ثابتًا.. فنحن نتراوح فى استخدام هذه الأنواع كلها على مدى اليوم الواحد.. بل إن المادة نفسها التى قد تقرؤها للتصفح أو الاستمتاع.. قد تقرأها، هى نفسها، قراءة تحصيلية، أو قراءة نقدية، عندما تدخل فى محيط اهتمامنا، وتتعلق بمشكلة أو قضية نستجلى جوانبها، لتغير الظروف المحيطة بنا.

ويهمنا كإعلاميين فى المقام الأول فن قراءة الصحيفة، فالصحفى الناجح يسهل مهمة القراءة على جمهوره من القراء من خلال الالتزام ببعض القواعد الأساسية منها:-

١- إن الصفحة الأولى هى أهم صفحات الجريدة.. ولذلك فهى تتضمن أهم الأخبار وداخل الصفحة الأولى تختلف أهمية الأخبار باختلاف الأماكن.. فأعلى الصفحة يمين ثم أعلى يسار ثم منطقة القلب ثم المنطقة وسط الجزء السفلى من الصفحة الأولى.

٢- تحديد الأهمية النسبية للأخبار من خلال حجم ولون الخط الذى تكتسب به العناوين الرئيسية. فالخبر المهم يكتب بخط أكبر، وقد يكون ملونًا على عدة أعمدة. ووفقًا للصور المصاحبة، وحجمها أيضا.

٣- أن الصفحة الأخيرة تلى الصفحة الأولى فى الأهمية.

٤- تخصيص أماكن ثابتة لأعمدة الرأى، وللافتتاحية وللإعلانات المبوبة، ولإعلانات الوفيات، وللزوايا الأخرى التى تتناول موضوعات متنوعة، ولصفحة الدولة، ولأخبار المحافظات.

٥- كتابة عناوين الأخبار بأسلوب الهرم المقلوب. بحيث يبدأ الخبر برواية أحدث التفاصيل أو آخر المعلومات أو أهمها، ثم يتدرج فى رواية المعلومات التفصيلية حسب أهميتها... وبذلك يكتفى القارئ بقراءة العنوان، أول مقدمة الخبر، أو القصة الإخبارية، أو الموضوع الصحفى..

وعلى الرغم من أنه لا توجد قواعد ثابتة لكيفية قراءة الصحف، فإن الأسلوب الأمثل لقراءة الصحف، يرتكز على مجموعة من الإجراءات، وهى كما يلى:

١- تابع ما يهمك فقط. واقرأ ما تريد وبطريقتك الخاصة فى القراءة من الصفحة الأولى أو الأخيرة كما أشرنا إلى ذلك سابقًا. فسلوكك الخاص هو أمر مناسب لك.

٢- تصفح بعينيك محتويات هذه الصفحة، ومتنقلا إلى باقى الصفحات بادئًا من العمود الأول أعلى الجهة اليمنى، ومنتهيًا بالأجزاء السفلى من العمود الأخير بالصفحة. متصفحًا العناوين المختلفة للأخبار والموضوعات. وذلك للتعرف على مضمون الصحيفة ككل.

٣- احتفظ فى عقلك بما تود قراءته فقط، لتعاود قراءته تفصيلًا بعد هذه النظرة المتعجلة.

أ- وبالنسبة للأخبار سنلاحظ الآتى:

* خلال هذه النظرة السريعة المتفحصة سنجد أن كثيرًا من الأخبار يكفى للتعرف عليه قراءة العناوين فقط. وعند الضرورة ستعطيك المقدمة ما يشبع اهتماماتك.

* بعض الأخبار ذات الأهمية الحيوية لك ستسجلها فى ذهنك وتعود إلى قراءتها بصورة تفصيلية أكثر.

* إن عددًا قليلاً جدًا قد تحتاج لمعاودة قراءته مرة أخرى.. وقد تود الاحتفاظ به فى أرشيفك الخاص.

ويلاحظ أن تقييم القارئ الواعى للأخبار الأكثر أهمية، إنما يكون من وجهة نظره هو ووفقًا لأهميتها بالنسبة له، لا وفقًا لما أرادته الصحيفة من خلال تقييمها لأهمية الأخبار والذى أنعكس أسلوب تقديمها له، من خلال عناصر الإبراز والتحرير المختلفة؛ لأن الصحيفة تحرص من خلال هذا التقييم على جذب أكبر عدد ممكن من القراء.

كما أن القارئ الواعى يدرك من خلال تصفحه ما لم تبرزه الصحيفة من زوايا بالنسبة للأخبار المهمة بالنسبة له.. وكذلك الأخبار التى ربما تحيزت الصحيفة فى تقديمها، أو قصرت فى تغطيتها التغطية الكافية... وهنا يستعين بصحيفة أخرى قومية أو حزبية أو مستقلة لاستكمال الجوانب الأخرى من أحداث اليوم التى لم تتناولها صحيفته، أو يلجأ لوسائل الاتصال الجماهيرى الأخرى كالإذاعة والتليفزيون.

ب- بالنسبة للتحقيقات والأحاديث والتقارير الإخبارية والدراسات الصحفية، فإن القارئ يتعامل معها بنفس طريقة التعامل مع الأخبار.. فقد يكتفى بتصفح العناوين الرئيسية. وللمزيد من التعرف يتصفح العناوين الفرعية عند الضرورة.. ولا يقرأ بعناية إلا ما يهمه منها فقط. وذلك بعد قراءة العبارة الأولى للجريدة.

جـ- بالنسبة لمادة الرأى وتتمثل فى الأعمدة والمقالات الصحفية والمقالات التى يبعث بها القراء للصحيفة وتنشر عادة فى صحفه الرأى، وبالنسبة لرسائل القراء فهذه يتعامل معها القارئ بمستويات مختلفة.

* الأعمدة والمقالات الخاصة بالكتاب المفضلين للقراء فهذه تقرأ كلها.. طبقًا للثقة المتبادلة بين الكاتب وقرائه.

* العمدة والمقالات النقدية ومقالات القراء التى تتضمن آراء للأنشطة المختلفة التى تتضمنها الصحيفة كأعمدة الفن والمسرح والرياضة والجريمة.. فهذه تخضع لاهتمامات القراء، ولطبيعة ارتباطها بأحداث أو وقائع معينة يهتم القارئ بمعرفة وجهة النظر حولها وهذه يقرؤها القارئ كاملة. باعتبارها توضح الحقائق، ولأنها تساعده فى مزيد من التعرف على ما وراء الأحداث.

* رسائل القراء ومشكلاتهم تحظى باهتمام عدد كبير من القراء. نظرًا لما تتضمنه من خبرات وتجارب ومواقف، أو لما بها من جوانب إنسانية تثرى ذوق القارئ ووجدانه.

د- بالنسبة للإعلانات:

نتصفح أغلبها ولا نتوقف إلا لقراءة ما يلبى احتياجات أساسية لنا، أو يساعدنا فى التعرف على الجديد فى السوق العالمية.

والقراءة الأولى المتعجلة للصحيفة تستغرق حوالى ثلث ساعة. وقد يكتفى القارئ بها.. وكثيرًا ما تتم مع تناول شاى الصباح، أو فى وسائل المواصلات، أو أثناء العمل، أو فى أوقات الراحة.. أما القراءة المتأنية الانتقائية فتتم بعد الظهيرة فى المنزل، أو المساء أو قبل النوم.. ويكون القارئ مسترخيًا تماماً ومستعداً للقراءة.. ويختلف الوقت الذى تستغرقه من شخص لآخر طبقًا لكم ونوع الموضوعات التى سبق وحددها بنفسه.

العوامل اللازمة لتحسين مهارة القراءة

يمكننا أن نجمل هذه العوامل فى النقاط الآتية:

١- تحديد الأولويات:

تحديد الأولويات للقراءة خطوة أولية وهامة.. فلا يوجد إنسان الآن على ظهر الأرض يستطيع أن يلم بكل ما تخرجه أفواه المطابع من مؤلفات. وحتى إن

رغب أحدنا فى ذلك، فلن يجد على امتداد عمره القصير، كل الوقت اللازم لقراءة كل هذا الإنتاج.

ولهذا لابد أن يكون لنا أولوياتنا.. فهناك الأكثر أهمية، فالأقل وهكذا.. وعلينا أن نختار دائمًا الأكثر أهمية، والذى يمثل لنا إضافة جديدة، حتى لا نهدر وقتا بقراءة أشياء غير مفيدة.

وتحديد الأولويات للقراءة يتوقف على عوامل كثيرة.. فقد نختار وفقًا للاهتمام، أو الاحتياج. وقد ترتب أولوياتنا وفقًا لشهرة الكاتب، أو شهرة النص. أو وفقًا لاعتبارات نفسية ووجدانية أخرى.. المهم أن نختار ما نقرأ.. وألا نقرأ إلا ما يحقق إشباعًا لدينا.

٢- الانتباه أثناء القراءة:

والانتباه نشاط عقلى يقضى على تأثير المثيرات الأخرى التى تؤثر على التركيز.. وتشتت الانتباه.. لأننا لا يمكننا الاستجابة لأكثر من مثير فى وقت واحد.. ويعتبر عدم الانتباه من المعوقات المهمة التى تؤثر على فاعلية عملية القراءة.. وعلى عملية الاتصال بوجه عام

ويجب لكل من يهدف إلى تحقيق فعالية الاتصال أن يعرف أن هناك مدى انتباه Apan of Attenetion يجب مراعاته بالنسبة لكل فرد حتى لا ينصرف عن الاتصال.. فعند الاستماع للمحاضرة مثلًا يجب ألا تطول المحاضرة أكثر مما يحتمل جمهور السامعين.. ويلاحظ أن مدى الانتباه يختلف باختلاف الأفراد، وباختلاف ظروفهم، ومراحل نموهم، وباختلاف موضوع القراءة نفسه.. وفقًا لدرجة أهميته.

فالانتباه مهم لنجاح عملية القراءة.. لأنه يعنى التركيز.. كما أن عدم الانتباه ينتج عنه كثير من الفشل. ولكن كيف يمكننا تعلم مهارة التركيز أثناء القراءة.

٣- أفهم ما تقرأ:

أشرنا قبل ذلك إلى أهمية الفهم، ولا شك أن تركيز الانتباه أثناء القراءة هو المدخل الأساسى لفهم ما نقرأ.. ولكن إذا أردنا أن ننمى مهارة الفهم للمادة المقروءة لدينا.. فهناك خطوات محددة تساعدنا على ذلك وهى:

أ- القراءة بالسرعة المناسبة لطبيعة المادة المقروءة.. ووفقًا لغرضنا من القراءة.

ب - ممارسة القراءة مع التفكير فيما نقرأه.

جـ - الاهتمام برصد الاستجابات الناشئة عن القراءة مع التفكير فيما تقرأ فالمهم هو التعرف على الاستجابة لضمان ألا تعمل هذه الاستجابات كمعوق للاتصال عند عدم رضائنا.. أو تدفعنا إلى فهم المضمون بطريقة محرفة أو الابتعاد عن الموضوعية.

د - تنمية الرغبة فى تذكر ما نقرأ..

فوجود هذه الرغبة يجعلنا ونحن نقرأ نربط كل فقرة بأخرى، وكل فكرة رئيسية بأخرى. ويجعلنا نتوقف ثوانى عند انتهاء الفقرة أو الفكرة ونتساءل فى أنفسنا عما تتحدث؟.. ماذا تقول؟.. أو ماذا تقصد؟.. وتنمية الرغبة فى التذكر ترتبط بتنمية الحوافز.. ويمكننا أن نوجد الحوافز لأنفسنا كالشعور بالرغبة والاحتياج للمعلومات لضمان التفوق والنجاح فى العمل.. أو لشغفنا بها.. أو لتجنب الإحراج.. فنحن لا نتذكر الأشياء التى نشعر بالاهتمام لتذكرها.. ولذلك فالعلاقة بين التذكر والاتجاه نحو القراءة مهم لتنمية القدرة على التذكر.. ولذلك فممارسة التذكر والانتباه أثناء القراءة تجنبنا الارتداد المستمر. وتوفر لنا ما قد يضيع من وقت فى أعادة القراءة والمعاناة مرة بعد أخرى.

هـ- استخدام القاموس للتعرف على الكلمات التى لا نفهم معناها.

و- التعرف على الأفكار الرئيسية والفرعية.

ز- دراسة الهوامش والرسوم والخرائط والرسوم البيانية المصاحبة.

حـ - البحث عن التلميحات والمعانى الغامضة.

٤- توفير البيئة المناسبة للقراءة:

وتتضمن بيئة القراءة عوامل عديدة تؤثر على فاعلية القراءة كنشاط بفاعلية، ونضمن تحقيقه لأهداف وهى:

* **تلافى تأثير المشكلات الشخصية أو العامة:**

فالإنسان عندما يعانى من مشكلات متعلقة بالعمل أو بعلاقته بأفراد أسرته أو بزملائه وجيرانه.. أو عندما يعانى من مشكلات مادية.. فهذه المشكلات ستؤثر بلا شك على مدى انتباهه وتركيزه أثناء القراءة.. وبخاصة الموضوعات الجادة، أو الموضوعات الخفيفة. أما القراءة لغرض الاستمتاع، كقراءة القصص والروايات، فربما تكون أنسب له فى ظل هذه الظروف.. بل قد تنجح فى انتشاله من هذه المؤثرات المعوقة للقراءة.

* **الحالة المزاجية:**

فالإحساس بالراحة والسعادة والهدوء يعمل كعامل مساعد للقراءة. بخلاف مشاعر الضيق والاكتئاب والقلق التى تحول دون التركيز والاندماج والاستيعاب للمادة المقروءة.

* **الاتجاهات السلبية:**

فالاتجاهات السالبة نحو المادة المقروءة أو مدى قيمتها.. وقدر مصداقيتها.. وكذلك افتقاد الثقة فى الكاتب.. والشعور بعدم مصداقيته.. يجعلنا نأخذ موقفًا سلبيًا حتى قبل قراءة المضمون.. وكذلك إذا ما كانت لدينا تصورات مسبقة وتعصبنا لها.. فهذا التعصب للرأى سيجعلنا نتسم بالسلبية إزاء ما نقرأ. وبالتالى فلن نوفر لأنفسنا الفرصة الحقيقية للاستيعاب والفهم.

* **الوضع السليم للقراءة:**

لممارسة القراءة المطولة، ولنتجنب الإجهاد والشد العضلى، وبخاصة عند قراءة الموضوعات الجادة، فإن الجلوس فى وضع معتدل كرسى إلى المائدة وتوفير الإضاءة المناسبة.. وتهوية المكان.. والتخلص من المؤثرات البيئية الأخرى، كأصوات الآلات والأجهزة وألوان الضوضاء الأخرى، وكذلك الاحتفاظ بدرجة الحرارة المناسبة للمكان.. من العوامل التى تزيد من فاعلية وتأثير القراءة.

٥- استخدام الأسلوب الأمثل للقراءة:

والطريقة المثلى للقراءة كما حددها العلماء تتضمن خطوات عديدة.. يحددها البعض فى أربع خطوات هى:

المسح والبحث والالتقاط والمراجعة، ويرى علماء آخرون أنها تتضمن خطوات هى:

١- المسح:

وهو عبارة عن قراءة عابرة للكتابة أو الوثيقة.. تتوقف العين فيها أمام العناوين أو مقدمات الفصول ونهاياتها.. ومقدمة الكتاب وخاتمته، وأمام الصور والرسوم البيانية، وفهرس المحتويات، وأحيانًا بعض الجمل والفقرات. وهذه القراءة تزودنا بفكرة عامة عن الموضوع بأسرع ما يمكن.. وهى جزء جوهرى فى عملية القراءة.

٢- الفحص:

وهى قراءة بتركيز أكثر من السابقة، تساعد فى تقييم الموضوع ونقده والتعرف على الفكرة الرئيسية للموضوع وفهم واستيعاب اتجاهه العام.

٣- أسلوب القراءة:

على ضوء الخطوات السابقة، اتخذت قرارك بقراءة الموضوع ككل، أو قراءة مبحث منه، وأصبحت على استعداد للتعامل مع النص.. ولكن يلاحظ أنك قد تعرفت على فكرته الرئيسية، وعلى الأجزاء المهمة، والأجزاء الأقل أهمية.. ولهذا سيختلف أسلوبك فى القراءة سرعة وبطأ حسب تقديرك لأهمية المادة.

٤- الاسترجاع:

وهو محاولة للتأكد مما استوعبته.. ومن أنك قرأت بفاعلية. حاول أن تسترجع الأفكار الرئيسية، والتفاصيل المدعمة.

ويلاحظ أن وضع عملية الاسترجاع فى الاعتبار أثناء القراءة يجعلك تركز أكثر، وتقرأ بفاعلية أكثر.

٥- **المراجعة:**

وهى خطوة ضرورية تفيد فى التأكد من أنك لم تفقد شيئًا جوهريًا أثناء القراءة.. وتساعدك على التثبت من الأفكار غير الواضحة، أو المشوشة، ولإعادة قراءة ما لم تستطع تذكرة خلال مرحلة الاسترجاع.

القراءة فى القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة

أولا فى القرآن الكريم:

ثانيا القراءة فى الحديث الشريف:

ثانيا القراءة فى الحديث الشريف:

حديث رقم: ٤٤٣٦

صحيح البخارى كتاب التفسير باب وآتينا داود زبورا

حدثنى إسحاق بن نصر حدثنا عبد الرزاق عن معمر عن همام عن أبى هريرة

الكلمة	التكرار
قرَأَهُ	١
لِتَقْرَأَهُ	١
نَقْرَؤُهُ	١
يَقْرَءُونَ	١
اقرَأ	١
اقرَءُوا	١
قُرِىءَ	١
سَنُقْرِئُكَ	١

الكلمة	التكرار
قَرَأَهُ	١

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
١٩٩	ك	٢٦	الشعراء	فَقَرَأَهُ عَلَيْهِمْ مَا كَانُوا بِهِ مُؤْمِنِينَ

الكلمة	التكرار
لِتَقْرَأَهُ	١

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
١٠٦	ك	١٧	الإسراء	وَقُرْآنًا فَرَقْنَاهُ لِتَقْرَأَهُ عَلَى النَّاسِ عَلَى مُكْث

الكلمة	التكرار
نَقْرَؤُهُ	١

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
٩٣	ك	١٧	الإسراء	وَلَنْ نُؤْمِنَ لِرُقِيِّكَ حَتَّى تُنَزِّلَ عَلَيْنَا كِتَابًا نَقْرَؤُهُ

الكلمة	التكرار
يَقْرَءُونَ	٢

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
٩٤	ك	١٠	يونس	فَاسْأَلِ الَّذِينَ يَقْرَءُونَ الْكِتَابَ مِنْ قَبْلِكَ
٧١	ك	١٧	الإسراء	فَمَنْ أُوتِيَ كِتَابَهُ بِيَمِينِهِ فَأُولَئِكَ يَقْرَءُونَ كِتَابَهُمْ

الكلمة	التكرار
اقرَأ	٣

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
١٤	ك	١٧	الإسراء	اقْرَأْ كِتَابَكَ كَفَى بِنَفْسِكَ الْيَوْمَ عَلَيْكَ حَسِيبًا
١	ك	٩٦	العلق	اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِى خَلَقَ
٣	ك	٩٦	العلق	اقْرَأْ وَرَبُّكَ الأَكْرَمُ

الكلمة	التكرار
اقرَءُوا	٣

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
١٩	ك	٦٩	الحاقة	فَأَمَّا مَنْ أُوتِىَ كِتَابَهُ بِيَمِينِهِ فَيَقُولُ هَاؤُمُ اقْرَءُوا كِتَابِيَه
٢٠	ك	٧٣	المزمل	عَلِمَ أَنْ لَنْ تُحْصُوهُ فَتَابَ عَلَيْكُمْ فَاقْرَءُوا مَا تَيَسَّرَ مِنْ الْقُرْآنِ
٢٠	ك	٧٣	المزمل	وَآخَرُونَ يُقَاتِلُونَ فِى سَبِيلِ اللَّهِ فَاقْرَءُوا مَا تَيَسَّرَ مِنْهُ

الكلمة	التكرار
قُرِئَ	٢

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
٢٠٤	ك	٧	الأعراف	وَإِذَا قُرِئَ الْقُرْآنُ فَاسْتَمِعُوا لَهُ وَأَنصِتُوا لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ
٢١	ك	٨٤	الانشقاق	وَإِذَا قُرِئَ عَلَيْهِمُ الْقُرْآنُ لا يَسْجُدُونَ

الكلمة	التكرار
سَنُقْرِئُكَ	١

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
٦	ك	٨٧	الأعلى	سَنُقْرِئُكَ فَلا تَنسَى

رضى الله عنه عن النبى صلى الله عليه وسلم قال: (خفف على داود القراءة فكان يأمر بدابته لتسرج فكان يقرأ قبل أن يفرغ يعنى القرآن).

حديث رقم: ٤٧٥٤

صحيح البخارى كتاب فضائل القرآن باب من لم ير بأسا أن يقول سورة البقرة، حدثنا أبو اليمان أخبرنا شعيب عن الزهرى قال أخبرنى عروة بن الزبير عن حديث المسور بن مخرمة وعبد الرحمن بن عبد القارى أنهما سمعا عمر بن الخطاب يقول: (سمعت هشام بن حكيم بن حزام يقرأ سورة الفرقان فى حياة رسول الله صلى الله عليه وسلم فاستمعت لقراءته فإذا هو يقرؤها على حروف كثيرة لم يقرئنيها رسول الله صلى الله عليه وسلم فكدت أساوره فى الصلاة فانتظرته حتى سلم فلببته فقلت من أقرأك هذه السورة التى سمعتك تقرأ قال أقرأنيها رسول الله صلى الله عليه وسلم فقلت له كذبت فوالله إن رسول الله صلى الله عليه وسلم لهو أقرأنى هذه السورة التى سمعتك فانطلقت به إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم أقوده فقلت يا رسول الله إنى سمعت هذا يقرأ سورة الفرقان على حروف لم تقرئنيها وإنك أقرأتنى سورة الفرقان فقال يا هشام اقرأها فقرأها القراءة التى سمعته فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم هكذا أنزلت ثم قال اقرأ يا عمر فقرأتها التى أقرأنيها فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم هكذا أنزلت ثم قال رسول الله صلى الله عليه وسلم إن القرآن أنزل على سبعة أحرف فاقرءوا ما تيسر منه). رواه البخارى.

حديث رقم: ٤٧٥٦

حدثنا أبو النعمان حدثنا مهدى بن ميمون حدثنا واصل عن أبى وائل عن عبد الله قال: (غدونا على عبد الله فقال رجل قرأت المفصل البارحة فقال هذا كهذا الشعر إنا قد سمعنا القراءة وإنى لأحفظ القرناء التى كان يقرأ بهن النبى صلى الله عليه وسلم ثمانى عشرة سورة من المفصل وسورتين من آل حم).

حديث رقم: ٤٧٠٢

صحيح البخارى كتاب فضائل القرآن باب جمع القرآن

حدثنا موسى حدثنا إبراهيم حدثنا بن شهاب أن أنس بن مالك حدثه: (أن حذيفة بن اليمان قدم على عثمان وكان يغازى أهل الشام فى فتح إرمينية وأذربيجان مع أهل العراق فأفزع حذيفة اختلافهم فى القراءة فقال حذيفة لعثمان يا أمير المؤمنين أدرك هذه الأمة قبل أن يختلفوا فى الكتاب اختلاف اليهود والنصارى فأرسل عثمان إلى حفصة أن أرسلى إلينا بالصحف ننسخها فى المصاحف ثم نردها إليك فأرسلت بها حفصة إلى عثمان فأمر زيد بن ثابت وعبد الله بن الزبير وسعيد بن العاص وعبد الرحمن بن الحارث بن هشام فنسخوها فى المصاحف وقال عثمان للرهط القرشيين الثلاثة إذا اختلفتم أنتم وزيد بن ثابت فى شىء من القرآن فاكتبوه بلسان قريش فإنما نزل بلسانهم ففعلوا حتى إذا نسخوا الصحف فى المصاحف رد عثمان الصحف إلى حفصة وأرسل إلى كل أفق بمصحف مما نسخوا وأمر بما سواه من القرآن فى كل صحيفة أو مصحف أن يحرق قال بن شهاب وأخبرنى خارجة بن زيد بن ثابت سمع زيد بن ثابت قال فقدت آية من الأحزاب حين نسخنا المصحف قد كنت أسمع رسول الله صلى الله عليه وسلم يقرأ بها فالتمسناها فوجدناها مع خزيمة بن ثابت الأنصارى من المؤمنين رجال صدقوا ما عاهدوا الله عليه فألحقناها فى سورتها فى المصحف).

حديث رقم: ٤٧٠٦

صحيح البخارى كتاب فضائل القرآن باب أنزل القرآن على سبعة أحرف

حدثنا سعيد بن عفير قال حدثنى الليث قال حدثنى عقيل عن بن شهاب قال حدثنى عروة بن الزبير أن المسور بن مخرمة وعبد الرحمن بن عبد القارى حدثاه أنهما سمعا عمر بن الخطاب يقول: (سمعت هشام بن حكيم يقرأ سورة الفرقان فى حياة رسول الله صلى الله عليه وسلم فاستمعت لقراءته فإذا هو يقرأ على حروف كثيرة لم يقرئنيها رسول الله صلى الله عليه وسلم فكدت أساوره فى الصلاة فتصبرت حتى سلم فلببته بردائه فقلت من أقرأك هذه السورة التى سمعتك تقرأ قال أقرأنيها رسول الله صلى الله عليه وسلم فقلت كذبت فإن رسول الله صلى الله عليه وسلم قد أقرأنيها على غير ما قرأت فانطلقت به أقوده إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم فقلت إنى سمعت هذا يقرأ بسورة الفرقان على حروف لم تقرئنيها فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم أرسله اقرأ يا هشام فقرأ عليه القراءة التى سمعته يقرأ فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم كذلك أنزلت ثم قال اقرأ يا عمر فقرأت القراءة التى أقرأنى فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم كذلك أنزلت إن هذا القرآن أنزل على سبعة أحرف فاقرؤوا ما تيسر منه).

حديث رقم: ٦٥٣٧

قال أبو عبد الله وقال الليث حدثنى يونس عن بن شهاب أخبرنى عروة بن الزبير أن المسور بن مخرمة وعبد الرحمن بن عبد القارى أخبراه أنهما سمعا عمر بن الخطاب يقول: (سمعت هشام بن حكيم يقرأ سورة الفرقان فى حياة رسول الله صلى الله عليه وسلم فاستمعت لقراءته فإذا هو يقرؤها على حروف كثيرة لم يقرئنيها رسول الله صلى الله عليه وسلم كذلك فكدت أساوره فى الصلاة فانتظرته حتى سلم ثم لببته بردائه أو بردائى فقلت من أقرأك هذه السورة قال أقرأنيها رسول الله صلى الله عليه وسلم قلت له كذبت فوالله إن رسول الله صلى الله عليه وسلم أقرأنى هذه السورة التى سمعتك تقرؤها فانطلقت أقوده إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم فقلت يا رسول الله إنى

سمعت هذا يقرأ بسورة الفرقان على حروف لم تقرئنيها وأنت أقرأتنى سورة الفرقان فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم أرسله يا عمر اقرأ يا هشام فقرأ عليه القراءة التى سمعته يقرؤها فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم هكذا أنزلت ثم قال رسول الله صلى الله عليه وسلم اقرأ يا عمر فقرأت فقال هكذا أنزلت ثم قال إن هذا القرآن أنزل على سبعة أحرف فاقرءوا ما تيسر منه).

حديث رقم: ٧١١١

حدثنا يحيى بن بكير حدثنا الليث عن عقيل عن بن شهاب حدثنى عروة أن المسور بن مخرمة وعبد الرحمن بن عبد القارى حدثاه أنهما سمعا عمر بن الخطاب يقول: (سمعت هشام بن حكيم يقرأ سورة الفرقان فى حياة رسول الله صلى الله عليه وسلم فاستمعت لقراءته فإذا هو يقرأ على حروف كثيرة لم يقرئنيها رسول الله صلى الله عليه وسلم فكدت أساوره فى الصلاة فتصبرت حتى سلم فلببته بردائه فقلت من أقرأك هذه السورة التى سمعتك تقرأ قال أقرأنيها رسول الله صلى الله عليه وسلم فقلت كذبت أقرأنيها على غير ما قرأت فانطلقت به أقوده إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم فقلت إنى سمعت هذا يقرأ سورة الفرقان على حروف لم تقرئنيها فقال أرسله اقرأ يا هشام فقرأ القراءة التى سمعته فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم كذلك أنزلت ثم قال رسول الله صلى الله عليه وسلم اقرأ يا عمر فقرأت التى أقرأنى فقال كذلك أنزلت إن هذا القرآن أنزل على سبعة أحرف فاقرءوا ما تيسر منه).

حديث رقم: ٤٨٠

صحيح مسلم كتاب الصلاة باب النهى عن قراءة القرآن فى الركوع والسجودوحدثنى أبو بكر بن إسحاق أخبرنا بن أبى مريم أخبرنا محمد بن جعفر أخبرنى زيد بن أسلم عن إبراهيم بن عبد الله بن حنين عن أبيه عن على بن أبى طالب أنه قال: (نهانى رسول الله صلى الله عليه وسلم عن القراءة فى الركوع والسجود ولا أقول نهاكم).

حديث رقم: ٦٧٣

صحيح مسلم كتاب المساجد ومواضع الصلاة باب من أحق بالإمامة وحدثنا أبو بكر بن أبى شيبة وأبو سعيد الأشج كلاهما عن أبى خالد قال أبو بكر حدثنا أبو خالد الأحمر عن الأعمش عن إسماعيل بن رجاء عن أوس بن ضمعج عن أبى مسعود الأنصارى قال قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: (يؤم القوم أقرؤهم لكتاب الله فإن كانوا فى القراءة سواء فأعلمهم بالسنة فإن كانوا فى السنة سواء فأقدمهم هجرة فإن كانوا فى الهجرة سواء فأقدمهم سلما ولا يؤمن الرجل الرجل فى سلطانه ولا يقعد فى بيته على تكرمته إلا بإذنه قال الأشج فى روايته مكان سلما سنا).

حديث رقم: ٦٧٤

وحدثناه أبو سعيد الأشج حدثنا حفص يعنى بن غياث حدثنا خالد الحذاء: (بهذا الإسناد وزاد قال الحذاء وكانا متقاربين فى القراءة).

حديث رقم: ٦٧٥

حدثنى أبو الطاهر وحرملة بن يحيى قالا أخبرنا بن وهب أخبرنى يونس بن يزيد عن بن شهاب قال أخبرنى سعيد بن المسيب وأبو سلمة بن عبد الرحمن بن عوف أنهما سمعا أبا هريرة يقول: (كان رسول الله صلى الله عليه وسلم يقول حين يفرغ من صلاة الفجر من القراءة ويكبر ويرفع رأسه سمع الله لمن حمده ربنا ولك الحمد ثم يقول وهو قائم اللهم أنج الوليد بن الوليد وسلمة بن هشام وعياش بن أبى ربيعة والمستضعفين من المؤمنين اللهم اشددوطأتك على مضر واجعلها عليهم كسنى يوسف اللهم العن لحيان ورعلا وذكوان وعصية عصت الله ورسوله ثم بلغنا أنه ترك ذلك لما أنزل ليس لك من الأمر شىء أو يتوب عليهم أو يعذبهم فإنهم ظالمون).

حديث رقم: ٥٩٩

قال مسلم وحدثت عن يحيى بن حسان ويونس المؤدب وغيرهما قالوا حدثنا عبد الواحد بن زياد قال حدثنى عمارة بن القعقاع حدثنا أبو زرعة قال سمعت أبا هريرة يقول: (كان رسول الله صلى الله عليه وسلم إذا نهض من الركعة الثانية استفتح القراءة ب الحمد لله رب العالمين ولم يسكت).

حديث رقم: ٩٠١

حدثنى حرملة بن يحيى أخبرنى بن وهب أخبرنى يونس ح وحدثنى أبو الطاهر ومحمد بن سلمة المرادى قالا حدثنا بن وهب عن يونس عن بن شهاب قال أخبرنى عروة بن الزبير عن عائشة زوج النبى صلى الله عليه وسلم قالت: (خسفت الشمس فى حياة رسول الله صلى الله عليه وسلم فخرج رسول الله صلى الله عليه وسلم إلى المسجد فقام وكبر وصف الناس وراءه فاقترأ رسول الله صلى الله عليه وسلم قراءة طويلة ثم كبر فركع ركوعا طويلا ثم رفع رأسه فقال سمع الله لمن حمده ربنا ولك الحمد ثم قام فاقترأ قراءة طويلة هى أدنى من القراءة الأولى ثم كبر فركع ركوعا طويلا هو أدنى من الركوع الأول ثم قال سمع الله لمن حمده ربنا ولك الحمد ثم سجد ولم يذكر أبو الطاهر ثم سجد ثم فعل فى الركعة الأخرى مثل ذلك حتى استكمل أربع ركعات وأربع سجدات وانجلت الشمس قبل أن ينصرف ثم قام فخطب الناس فأثنى على الله بما هو أهله ثم قال إن الشمس والقمر آيتان من آيات الله لا يخسفان لموت أحد ولا حياته فإذا رأيتموها فافزعوا للصلاة وقال أيضا فصلوا حتى يفرج الله عنكم وقال رسول الله صلى الله عليه وسلم رأيت فى مقامى هذا كل شىء وعدتم حتى لقد رأيتنى أريد أن آخذ قطفا من الجنة حين رأيتمونى جعلت أقدم وقال المرادى أتقدم ولقد رأيت جهنم يحطم بعضها بعضا حين رأيتمونى تأخرت ورأيت فيها بن لحى وهو الذى سيب السوائب وانتهى حديث أبى الطاهر عند قوله فافزعوا للصلاة ولم يذكر ما بعده).

حديث رقم: ٨١٨

صحيح مسلم كتاب صلاة المسافرين وقصرها باب بيان أن القرآن على سبعة أحرف وبيان معناه

حدثنا يحيى بن يحيى قال قرأت على مالك عن بن شهاب عن عروة بن الزبير عن عبد الرحمن بن عبد القارى قال سمعت عمر بن الخطاب يقول: (سمعت هشام بن حكيم بن حزام يقرأ سورة الفرقان على غير ما أقرؤها وكان رسول الله صلى الله عليه وسلم أقرأنيها فكدت أن أعجل عليه ثم أمهلته حتى انصرف ثم لببته بردائه فجئت به رسول الله صلى الله عليه وسلم فقلت يا رسول الله إنى سمعت هذا يقرأ سورة الفرقان على غير ما أقرأتنيها فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم أرسله اقرأ فقرأ القراءة التى سمعته يقرأ فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم هكذا أنزلت ثم قال لى اقرأ فقرأت فقال هكذا أنزلت إن هذا القرآن أنزل على سبعة أحرف فاقرءوا ما تيسر منه).

حديث رقم: ٩٠٤

صحيح مسلم كتاب الكسوف باب ما عرض على النبى فى صلاة الكسوف من أمر . .

حدثنا أبو بكر بن أبى شيبة حدثنا عبد الله بن نمير ح وحدثنا محمد بن عبد الله بن نمير وتقاربا فى اللفظ قال حدثنا أبى حدثنا عبد الملك عن عطاء عن جابر قال: (انكسفت الشمس فى عهد رسول الله صلى الله عليه وسلم يوم مات إبراهيم بن رسول الله صلى الله عليه وسلم فقال الناس إنما انكسفت لموت إبراهيم فقام النبى صلى الله عليه وسلم فصلى بالناس ست ركعات بأربع سجدات بدأ فكبر ثم قرأ فأطال القراءة ثم ركع نحوا مما قام ثم رفع رأسه من الركوع فقرأ قراءة دون القراءة الأولى ثم ركع نحوا مما قام ثم رفع رأسه من الركوع فقرأ قراءة دون القراءة الثانية ثم ركع نحوا مما قام ثم رفع رأسه من الركوع ثم انحدر بالسجود فسجد سجدتين ثم قام فركع أيضا ثلاث ركعات ليس فيها ركعة إلا التى قبلها أطول من التى بعدها وركوعه نحوا من سجوده ثم تأخر

وتأخرت الصفوف خلفه حتى انتهينا وقال أبو بكر حتى انتهى إلى النساء ثم تقدم وتقدم الناس معه حتى قام فى مقامه فانصرف حين انصرف وقد آضت الشمس فقال يا أيها الناس إنما الشمس والقمر آيتان من آيات الله وإنهما لا ينكسفان لموت أحد من الناس وقال أبو بكر لموت بشر فإذا رأيتم شيئا من ذلك فصلوا حتى تنجلى ما من شيء توعدونه إلا قد رأيته فى صلاتى هذه لقد جيء بالنار وذلكم حين رأيتمونى تأخرت مخافة أن يصيبنى من لفحها وحتى رأيت فيها صاحب المحجن يجر قصبه فى النار كان يسرق الحاج بمحجنه فإن فطن له قال إنما تعلق بمحجنى وإن غفل عنه ذهب به وحتى رأيت فيها صاحبة الهرة التى ربطتها فلم تطعمها ولم تدعها تأكل من خشاش الأرض حتى ماتت جوعا ثم جيء بالجنة وذلكم حين رأيتمونى تقدمت حتى قمت فى مقامى ولقد مددت يدى وأنا أريد أن أتناول من ثمرها لتنظروا إليه ثم بدا لى أن لا أفعل فما من شيء توعدونه إلا قد رأيته فى صلاتى هذه).

مهارة الكتابة

* **أهمية مهارة الكتابة**

نحن لا نتعلم الكتابة إلا بعد أن نكون قد تعلمنا مهارات الاستماع والحديث والسؤال والقراءة.. ونبدأ فى تعلم هذه المهارة مع بداية الانخراط فى السلك المدرسى.. وقد عرف الإنسان الكتابة منذ زمن بعيد. وعمل على تطويرها حتى وصلت إلى الصورة التى نعرفها الآن.. شعر فى البداية بعجزه عن تذكر الأحداث والتواريخ والأعداد فعمل على تدوينها فى صورة ثابتة، ليتمكن من الاحتفاظ بها والرجوع إليها كلما دعت الحاجة.. فتوصل إلى تحويل الرموز الصوتية - أى اللغة - من الرمز السمعية إلى رموز بصرية يمكن تسجيلها بالنقش أو الرسم. أى أنها تمثل مرحلة تالية فى استخدام اللغة كوسيلة للاتصال. إذ إن اللغة نشأت منطوقة أولًا، ولذا فإن الحديث كان ولا يزال الأساس الأول لاستخدام اللغة.

وتتميز الكتابة عن الحديث بمزايا عديدة:

١- إن الكتابة لا تنمحى على مر الأيام والسنين. وهى لذلك أقدر على ربط الأجيال المتعاقبة بتراثها. فالحديث الشفهى قد يتناقل لفترة من الزمن، ولكن من المحتمل جدًا أن ينساه الناس وهم يتناقلونه من جيل إلى جيل.

٢- إن الكتابة أكثر أمانة على النص من الحديث الذى قد تتاح الفرص للتشكيك فى دقته وصحة نسبته إلى صاحبه.

٣- تعمل الكتابة على نقل المعلومة إلى عدد أكبر من الناس مما ينتجه الحديث.

٤- تسمح الكتابة بالرجوع إلى المعلومات وقت الحاجة.

٥- تسمح بتوصيل جميع المعلومات المراد إيصالها، سواء أكانت تعليمات أم أو أمر أو بيانات أو إحصاءات، وتقديمها بصورة تفصيلية واضحة، وبفاعلية إلى أفراد الجمهور المقصود.

ورغم هذه الأهمية للكتابة، إلا أن الحديث يتفوق عن الكتابة فى عدة نواح:

* فالكتابة أصعب من الحديث.. وليس أدل على ذلك كما أشرنا سابقًا من أن الطفل يتعلم الحديث فى وقت مبكر فى حياته.. ويتأخر تعلمه للكتابة عدة سنوات قد تصل إلى عشر سنوات، ليتمكن من استخدامها كوسيلة للاتصال مع الآخرين.

* إن الكتابة عملية بطيئة تستغرق وقتًا وجهدًا أكبر بكثير مما يستغرقه الحديث.

* إن الكتابة عملية باردة فى معظمها، إذ ينقصها الدفء والحيوية اللذان نحسهما فى الحديث.

ومن هنا تأتى أهمية تعلم مهارة الكتابة.. و أهمية الالتزام بالقواعد والأصول التى تساعد على أن يكون للكاتب أسلوبه وشخصيته المتميزة، بالقدر الذى يمنحه الأساس للكتابة الهادفة المؤثرة.. وبما يترك المجال بعد ذلك لإبراز الموهبة الفردية والتميز الإبداعى.

أهم الاعتبارات الأساسية لضمان فاعلية الاتصال الكتابى وقدرته على الإقناع:

هذه الاعتبارات هى:

أولًا: اعتبارات متعلقة بالنص الكتابى نفسه.

ثانيًا: اعتبارات متعلقة بالظروف المحيطة بالنص.

أولًا: العوامل المتعلقة بالنص الكتابى:

- عوامل متعلقة بالنمط أو المظهر العام للنص وهى:

١- استعمال الألفاظ أو الرموز التى يستطيع المستقبل فهمها والتجاوب معها.. أما الارتفاع فوق مستوى المستقبل، أو الهبوط دون مستواه، فإنه يفسد عملية التناغم.. ولهذا فلا بد لنا من التعرف على الإطار الدلالى لجمهور المستقبلين، لتقديم رسالة تتفاعل مع الجمهور فى نطاق هذا الإطار نفسه.

٢- أن تتوافر للنص من حيث الإعداد المقومات الفنية التى تساعد على زيادة فاعليته.. وفى هذا الإطار ينصح علماء اللغة بضرورة الالتزام بمجموعة من الضوابط الخاصة ببدء النص الكتابى.. سواء أكانت خبرا أم مقالاً أم تحقيقًا أم حديثًا صحفيًا أم خطبة.. أم حديثًا رسميًا.. وتستهدف إيصال معلومات من خلالها إلى القارئ.

- عوامل متعلقة بتنظيم محتوى الرسالة:

وتعنى القرارات التى يتخذها مصدر الاتصال فى اختياره وترتيبه لكل من الرموز والمضمون.. فالكاتب يختار مضمونا يعتقد أنه سيفيد جمهوره.. ويهمل آخر.. يختار معلومات معينة ويهمل أخرى.. وقد يكرر الدليل الذى يثبت به رأيا.. وقد يلخص ما يقول فى البداية أو النهاية.. ويستطيع أن يقول كل الحقائق فى رسالته، أو يترك للجمهور تكملة الجوانب التى يذكرها فى رسالته.

كما تعنى المعالجة أيضًا، الطريقة التى سيقدم بها رسالته.. فإذا كانت ستنشر فى صحيفة أو نشرة نجده ينوع فى حجم الحروف لإعطاء أهمية لموضوعات دون أخرى.. ويحدد أيضًا مكان النشر. وتوجد قواعد خاصة بالنسبة لمعالجة الشكل

أو الإخراج ليس هنا مجال لذكرها.. أما قواعد معالجة المضمون من حيث الترتيب، فهناك معياران يمكن الاستعانة بها فى مجال الترتيب وهما:

* **معيار الجاذبية:**

ويعنى البدء بعرض الجوانب الأكثر جاذبية أو تشويقًا، ثم إيراد الجوانب الأخرى. وذلك لجذب انتباه المستقبل، ودفعه إلى قراءة الرسالة كلها.

* **معيار الأولوية أو الحداثة:**

ويعنى أن النقاط التى تقدم أولاً تحظى باهتمام أكبر من تلك التى تليها فى العرض أو التقديم.. كما أن تقديم المعلومات الأحدث يكون أكثر فاعلية من البدء بالمعلومات الأقدم حدوثًا.

وفى هذا المجال يشير شرام إلى شروط ينبغى توافرها فى الرسالة حتى يتسنى لها أن تحدث التأثير المطلوب وهى:

أ- إن الرسالة ينبغى أن تصمم وترسل بطريقة تمكن من كسب انتباه المستقبل. ويضم ذلك عناصر التوقيت والعناوين والكلمات التى تشد انتباه المستقبل.

ب - إن الرسالة يجب أن تثير الحاجات الشخصية للمستقبل، مثل الحاجة إلى الأمان أو إلى المكانة أو الانتماء أو الفهم أو الحب.. أو التحرر من القلق.. أى أنها يجب أن تخلق أو تثير لدى الشخص اقتناعًا بأنه يحتاج إلى القيام بتصرف ما للخروج من حالة القلق أو لإشباع احتياجاته.

باختصار نستطيع أن نعرف معالجة الرسالة بأنها القرارات التى يتخذها الكاتب فى اختياره وترتيبه لكل من الكود والمضمون.

ثانياً: العوامل المتعلقة بالظروف المحيطة بالنص الكتابى:

الظروف المحيطة بالنص المكتوب لا تقل أهمية عن العوامل الخاصة بالرسالة نفسها.. فهذه الظروف تؤثر تأثيرًا كبيرًا فى مدى تقبل الرسالة الإعلامية أو رفضها. ومن هذه الظروف نذكر ما يلى:

١- ظروف متعلقة بالكاتب وهى:

* أن يكون مقتنعًا بالموضوع أو المادة التى يقدمها وبما يسعى إلى تحقيقه من أهداف.

* أن تتسم اتجاهاته بالإيجابية نحو هذا الموضوع.

* أن يقدم الرسالة ويعالجها بطريقة تتفق ومستوى الجمهور وخصائصه واتجاهاته ورغباته وحالته النفسية وقت استقبال الرسالة، وفى الوقت الملائم تمامًا.

* أن يكون ملما بمختلف جوانب الموضوع، وأن يتسم بالدقة فى تحضيره وبحثه لموضوعه وفيما يقدمه من تفسيرات، حتى يضمنُ الاتجاه الإيجابى للجمهور نحوه.

* أن يكون موضع ثقة واحترام وتقدير الجمهور الذى يتوجه إليه بالرسالة.. وموضع تأييدهم.

* أن تتوافر لديه المهارات الاتصالية اللازمة لنقل رسالته إلى الجمهور وبصورة ملائمة لتحقيق غرض الاتصال.. وبصفة خاصة ينبغى أن تعكس هذه الرسائل قدرة المصدر على التكيف مع الموقف الاتصالى للقائم بالاتصال.. والوعى بأثر الرسالة ونتائجها والقدرة على الحساسية ولاستجابة الآخرين.

* أن تبدو الرسالة باعتبارها صادرة عن مصدر محدد له خلفية مشابهة لخلفية الجمهور، ومصالح واهتمامات مشابهة لهم، واتجاهات وآراء متقاربة معهم.. ويحظى بالجاذبية والحب المتبادل من قبل أفراد الجمهور.

* أن تصمم الرسالة بالصورة التى تعكس فهم الجمهور لرسالته، وقدرته على إدراك مضمونها، وبما يتفق مع المهارات الاتصالية للجمهور نفسه.

* أن يكون على دراية بكافة أنواع الوسائل الاتصالية.. وخصائصها المختلفة حتى يتمكن من اختيار الوسائل المناسبة لتوصيل فكرته، وفقًا لطبيعة الموضوع

والجمهور والإمكانيات المادية المتاحة وقدراته الفنية.. وفى الوقت المناسب. وأن يختار الوسائل التى تساعد على فهم الجمهور للرسالة وإدراك مضمونها.

٢- ظروف متعلقة بالجمهور:

وهذه الظروف هى:

* ارتباط المعلومات المقدمة باحتياجات الجمهور، وأن تتضمن الفوائد والمكاسب التى تعود عليهم.. وهذا يعنى أن تتضمن المادة الإعلامية كل ما يهم ويتعلق باحتياجات الجمهور، حتى تضمن استجابته. وتعنى من ناحية أخرى بناء الرسالة على ضوء خبرات المستقبل.

* ارتباط الرسالة الإعلامية بالتصورات القائمة لدى الجمهور، فالمستقبل يضع فى ذهنه قيما تتعلق بتصوراته المختلفة.. فإذا استقبل مادة لا تتفق وهذه القيم أو تتنافر معها.. فإنها تواجه بمقاومة شديدة.. وقد يهملها تمامًا أو يتجنبها أو يهاجم مصدرها.. أو يحرفها ويسىء فهمها، وبالتالى لا تحقق التأثير المطلوب.

* مناسبة أسلوب الرسالة لمستويات الجماهير الثقافية المختلفة، وأن تستعمل فيها العبارات والكلمات المألوفة للجمهور الذى تخاطبه. وأن تتناسب ومستويات الجمهور العقلية وآماله وطموحاته.

* يختلف تصميم الرسالة الإعلامية ومحتواها وفقًا لفئات الجمهور الذى تخاطبه.. فأسلوب مخاطبه الجمهور عامة يختلف بناؤها عن تلك التى نتوجه بها لقادة الرأى وهكذا.

* يلزم توافر حالة استعداد من قبل الأطراف المشتركة فى عملية الاتصال لقيام الاتصال أصلا.. وتوافر دافع قوى للنجاح.. لضمان المرونة الكافية لاستجابة الطرفين، بحيث يصبحان قادرين على استمرار التصرف فى حالات الغموض وعدم التيقن.. ولضمان الانسجام بينهما فى الأهداف والقيم، لتتضاءل فرص الصراع التى شأنها إثارة العداوات الشخصية بينهما لأدنى حد ممكن.

* إن الرسائل التى يستقبلها الجمهور من خلال وسائل مختلفة أكثر قدرة على التأثير والإقناع؛ لأنها تتيح فرصًا أفضل لمخاطبة أكثر من حاسة، ولعرض الموضوع بطريقة أكثر فاعلية.

وعلى الرغم من أهمية العوامل السابقة لضمان فاعلية وتأثير النص الكتابى.. إلا أن المشكلة التى تواجهنا ليست هى مجرد ضمان الإرسال الجيد للنص المكتوب، وإنما فى استقباله وتفسيره وفهمه، خاصة وأن التفسير عملية فردية مرتبطة بالفرد الذى يستقبل هذا النص، فهو الذى يقوم بفك رموزه وتفسيره.

والعوامل السابقة تساعدنا كخبراء اتصال على تجنب كثير من آثار التشويش والتداخل بالنسبة لرسائلنا.. وعلى جعل هذه الرسائل مستساغة للقارئ أو المستقبل.. وعلى جعلها فى الوقت نفسه ذات فائدة.. فهى تجعله أيضًا يجنى أكبر قدر من الفائدة نظير ما يبذل من جهود.

القواعد العامة للكتابة الفعالة:

القواعد الأساسية للكتابة المؤثرة لا تختلف باختلاف نوع الكتابة، ولا باختلاف الغرض منها؛ لأن الهدف من الكتابة أساسًا هو الاتصال بفاعلية، أى التأثير فى الآخرين.. فالتأثير فى الآخرين هدفنا دائمًا، وشغلنا الشاغل من عملية الكتابة.

القواعد العامة للكتابة الفعالة:

القاعدة الأولى: الاكتمال:-

والاكتمال يعنى تحتوى الرسالة الإعلامية أو النص الكتابى على كل المعلومات أو الحقائق التى يحتاجها القارئ ليقوم برد الفعل الذى نتوقعه.

والاكتمال للرسالة الإعلامية أمر ضرورى.. وذلك لعدة أسباب:

١- إن الرسالة المكتملة توفر الغرض للحصول على النتائج المتوقعة.

٢- تساعد الرسالة المكتملة على تجنب القضايا والدعاوى الناتجة عن نقص المعلومات.

٣- تغنينا عن الاحتياج إلى رسائل أخرى مكملة لجوانب القصور فى الرسالة الأولى فتوفر بذلك وقتًا ومجهودًا إضافيين.

ولضمان الاكتمال للرسالة الإعلامية أو النص الكتابى.. يجب أن تضع فى اعتبارك أن الرسالة المكتملة هى الرسالة التى تجيب عن الأسئلة الستة المعروفة.

من؟ متى؟ أين؟ ماذا؟ كيف؟ لماذا؟

وأيضا تتضمن إجابات لكافة الأسئلة الأخرى التى يمكن أن نتوقعها.. وليست فقط التى يحتاجها القراء.. لأن القراء ربما لا يعرفون ما يحتاجونه أو قد تكون أسئلتهم غير دقيقة.

القاعدة الثانية: الإيجاز:

يساعد الإيجاز على إبراز المعنى المقصود وتوضيحه.. فالعبرة فى توصيل المعانى تكمن فى اختيار أقصر الطرق المؤدية إليها.. وهو مرحلة وسط بين الاختصار المخل والتطويل الممل..

ويتحقق الإيجاز للنص الكتابى بمجموعة من الاعتبارات هى:

* تجنب تكرار الجمل غير الضرورية، وكذالك الإطناب.. ويلاحظ أن التكرار سواء اللفظى أو المعنوى قد يكون ضروريًا للتأكيد.. ولكن عندما يقال نفس الشىء ثلاث أو أربع مرات بدون سبب، ستكون الرسالة نفسها ضعيفة.

* احتواء الرسالة على الحقائق المتصلة بالموضوع فقط.. أى على الأفكار التى تحقق الهدف.. ولاحظ أن طول النص مرتبط بما يكفى لتحقيق الهدف.. والزيادة تعتبر حشوا وتطويلًا.

* تجنب التعبيرات المتبدلة أو غير المتصلة بالموضوع، أو المستخدمة لأغراض المبالغة فهذه تؤثر سلبيًا على القارئ.

* الاختيار الدقيق للكلمات الدالة على المعنى المقصود وبوضوح. ويتحقق ذلك بتجنب الكلمات الغامضة، وغير الدقيقة، والتى تحتمل أكثر من معنى.

وهناك أسباب تجعلنا نبتعد عن الإيجاز ينبغى الوقوف عليها لتجنبها وهى:

* عدم التركيز على هدف الرسالة.
* احتواؤها على معلومات يعرفها القارئ.
* احتواؤها على معلومات غير متعلقة بها.
* اللف حول الموضوع وليس الدخول إلى الموضوع مباشرة.
* التطويل الزائد عن الحد.
* عدم مراجعة المسودة الأولى للرسالة.
* احتواؤها على معلومات غير ضرورية.
* الميل إلى المبالغة الزائدة.

القاعدة الثالثة: الدقة:

الدقة من الأمور المهمة فى صياغة النص، والدقة تعنى الصواب، إن الأخطاء الصغيرة تطل برءوسها عندما لا يحرر النص بعناية، والدقة تعنى أيضًا التحديد. والتحديد مشكلة أكبر عندما تتكاثر المترادفات.

فالتحديد شىء ضرورى ومهم من أجل الدقة والوضوح للكتابة. والقاعدة الأساسية هى أن من لا يتأكد من معلوماته لا يستطيع إثبات صحتها، إما بتقديم دليل مكتوب أو بالاعتماد على أكثر من مصدر.

وهناك عوامل عديدة تساعد على تحقيق الدقة منها ما يلى:

١- توضيح المصطلحات والمفاهيم:

فالغالبية من القراء ليست لديهم القدرة على فهم المصطلحات أو الاختصارات المستعملة. ولابد للكاتب أن يبحث عما يقابلها من الكلمات المعروفة، أو يقوم بشرح كل مصطلح أو مفهوم يستخدمه.

٢- مراعاة الدقة التامة فى الترجمة.

فالترجمة عنصر مهم لتوفير المعلومات اللازمة. وتحتاج الترجمة إلى الدقة التامة لنقل المعنى المقصود.

٣- التأكد من صحة الأسماء:

فالأسماء التى تذكر بالنص يجب أن تذكر بدقة. كما يجب الحرص على ذكر الاسم كاملًا، وعلى ذكر الألقاب العلمية والمدينة والكنايات؛ لأنها جزء من شخصية صاحبها.

٤- الدقة فى استخدام الأرقام والتواريخ:

استخدام الأرقام فى الكتابة محفوف بالمخاطر عادة، ويحتاج إلى كثير من المراجعة، غير أن هذا ليس سببًا لعدم استخدامها. والأرقام لا تستخدم لبدء جملة، وتدون كتابة بدلًا من ذلك. والقاعدة العامة لكتابة الأرقام، هى استخدام الكلمات العددية للأرقام التى تقل عن عشرة. وما فوق ذلك يكتب رقميًا، وكذلك أرقام القرون. كما تكتب الأرقام للدلالة على مبلغ من المال. ونتائج المباريات، وتعيين الوقت. وكذلك فى ذكر التواريخ.

٥- **الاقتباسات:**

الاقتباس هو النقل عن المصدر نقلًا حرفيًا، سواء من تصريح أو خطبة أو بيان. سواء أكان المصدر شخصًا أم جهة رسمية أم هيئة إعلامية.

القاعدة الرابعة: الموضوعية:

الموضوعية تعنى البعد عن التحيز، وتحقيق النزاهة والتوازن، بإعطاء الأطراف المختلفة فرصًا متكافئة لإبداء وجهات نظرها، حتى يتسنى للقراءة الحصول على كل المعلومات اللازمة حول قضية، أو حدث من الأحداث، أو مشكلة. وهى تعنى الحياد، بمعنى عدم الحيز، وعدم التحيز يعنى أن يتحرر الكاتب بشكل مطلق من التأثيرات والأولويات، بمعنى أن يبذل قصارى جهده لتلافى أثر كل من العوامل الذاتية الشخصية، والعوامل الخارجية التى تدفعه إلى تحريف الواقع. وعلى هذا فالموضوعية تعنى البعد عن كل التحريفات المتعمدة، أما التحريفات التى تحدث لأسباب خارجية عن الإرادة فهذه لا حيلة لنا فيها.

القاعدة الخامسة: البساطة:

التبسيط سمة مهمة من سمات التحرير الكتابى الذى يعرض الأحداث والأفكار بطريقة مفهومة، والكتابة المبسطة ليست الكتابة التافهة السطحية، فأحسن الكتابات هى البسيطة السهلة التى يسهل تتبعها، والتى تحدث اتصالا بينك وبين القراء، فالصحافة هى الاتصال، وقد صرح "ارنست همنجواى" بأنه يكتب للذين يحركون شفاههم أثناء القراءة.

فالكتابة البسيطة هى الكتابة التى يسهل على الجماهير استيعابها وفهمها. كما أنها مواد تتماشى مع قيم المجتمع وعاداته وتقاليده. وينتج عن ذلك أن ما يعرض على الناس. ليس هو الحقيقة الكامنة، وإنما هو الحقيقة الواقعية المبسطة، ولابد أن تكون المادة المعروضة متفقة مع الثقافة الشائعة والمعتقدات الدينية والمعايير الأخلاقية.

وترتبط البساطة بمدى مقدرة الكاتب على فهم ما ينقله. بقلم "جيم جانون" المحرر التنفيذى لـ "دى موا ريجستر أند تريبيون " إذا لم تستطع التبسيط فأنت لا تفهم، وأبسط الطرق لإظهار مدى فهمنا لموضوع ما، هو أن ننقله للناس بطريقة يفهمها كل الناس، فإذا لم يكن بمقدور القراء أن يفهموا ما نكتبه.. فلماذا إذن نكتب؟

القاعدة السادسة: الوضوح:

وهو نوعان:

أ- وضوح التعبير ب - وضوح المضمون

أ- وضوح التعبير:

يقصد بوضوح التعبير أن توائم الفكرة الأسلوب حتى يفهمه القارئ. أى وضوح التركيب اللغوى. ونعنى بذلك بساطة التركيب وشفافيته وخلوه من التعقيدات والزخارف.. ويتحقق هذا الوضوح من خلال التركيب النحوى والمنطقى ومن

خلال طبيعة العلاقات المتبادلة للألفاظ والفقرات وتعاقبها المطرد فى تكوين الجمل والفقرات.

وفيما يلى بعض القواعد التى تساعد على وضوح التعبير:

* تجنب الكلمات المبهمة والغامضة، وكذلك الكلمات والتراكيب التى تدل على معنيين.
* استخدام أدوات العطف وجمل الربط حتى لا تكون هناك فجوة فى الأسلوب. ويجب ألا يلجأ الكاتب إلى إدخال فكرة جديدة بصورة يفاجئ القارئ بها.
* الموازنة بين الفكرة وبين كسائها اللفظى، بحيث يكون الإطار اللفظى كافيًا للتعبير عن الفكرة بوضوح بلا زيادة أو نقصان.
* استخدام أفعال قوية معبرة.
* استخدام الزمن المضارع للإشارة إلى فورية الحدث، وإبراز عنصر الزمن فى الرواية الإخبارية (اليوم، أمس، مساء أمس، غدًا)
* تجنب التعميمات: فالتعميمات غالبًا ما تحجب وضوح النص.

مراعاة علامات الترقيم:

الترقيم فى الكتابة هو رموز اصطلاحية معينة بين الجمل أو الكلمات، لتحقيق أغراض تتصل بتيسير عملية الإفهام من جانب الكاتب، وعملية الفهم على القارئ، ومن هذه الأغراض تحديد مواضع الوقف، حيث ينتهى المعنى أو جزء منه، والفصل بين أجزاء الكلام، والإشارة إلى انفعال الكاتب فى سياق الاستفهام، أو التعجب. وفى معرض الابتهاج أو الاكتئاب أو الدهشة، أو نحو ذلك، وبيان ما يلجأ إليه الكاتب من بيان أمر عام، أو توضيح شىء مبهم، أو التمثيل لحكم مطلق، وكذلك بيان وجه العلاقات بين الجمل، فيساعد إدراكها على فهم المعنى، وتصور الأفكار.

ب - وضوح المضمون:

لكى تكون مفهومًا.. يجب أن تكون واضحًا. فحتى تصل إلى عقل القارئ بمعلومات وأحداث وأخبار جديدة.. وحتى تهز عواطفه وتحرك أشجانه.. لابد أن تكون واضحًا.

وفيما يلى بعض القواعد التى تساعد على وضوح المعنى أو المضمون:

١- تقديم الخلفية الكاملة عن الموضوع، وما يرتبط به من حقائق، وما يلزمه من شرح وإيضاح.. وتحديد أهميته وحجمه وعلاقته بالقارئ وتأثيره عليه، ووصف الشخصيات المتصلة به والظروف المحيطة.. أيضًا الربط بينه وبين الموضوعات أو القضايا المشابهة.. أو الربط بتطوراته التاريخية.. وذلك للمساعدة على فهم الصورة الحقيقية الكاملة للمشكلة أو القضية.

٢- **البناء الفعال:**

وذلك بترتيب الكلمات فى جمل مبنية جيدًا.. تتوافر لها الصفات الآتية:

الترابط - التأكيد - الوحدة.

القاعدة السابعة: المناسبة:

وتعنى المناسبة موافقة اهتمامات القارئ.. وتعرفنا على رغباته واهتماماته ومشكلاته وآرائه واتجاهاته وردود الفعل المتوقعة منه.. فإذا عكست كتابتنا هذه الاهتمامات.. وأظهرت للقارئ الفوائد التى يحققها من التعرض لرسائلنا، ساعد ذلك على ضمان اجتذاب القارئ، واستجابته لرسائلنا.. حتى وإن كانت هذه الاستجابة محدودة.

وتتحقق المناسبة أيضًا بالإيجابية.. فسهولة تنفيذ ما نحث القارئ على فعله.. وبيان مقدرته على ذلك.. والتوسل إلى ذلك بالكلمات الإيجابية والمشجعة، يجعله يقترب منا ويستجيب لرسائلنا.

القاعدة الثامنة: التأكيد:

ويستخدم لإبراز معانى معينة، أو للتأكيد على معان محدودة ذات دلالة. ويتحقق ذلك للأسلوب من خلال وسائل عديدة منها:

١- الكلمات ذات المقاطع القليلة أو التى تنتهى بأصوات حادة مثل: التاء والكاف والجيم.. كما فى قوله تعالى (والسمات ذات البروج.. واليوم الموعود.. وشاهد ومشهود.. قتل أصحاب ألخدود).

٢- استخدام الجناس، لإعطاء الشعور بالقوة.

٣- اختلاف الإيقاع.. بوضع الجملة القصيرة بين عدة جمل طويلة.. فكسر الإيقاع يخلق الإحساس بالتأكيد.

٤- تغيير الترتيب الطبيعى للجملة من خلال التقديم والتأخير.. كأن يتقدم المفعول على الفاعل أو الفاعل على الفعل.

٥- استخدام كلمات مثل: قد وإن.

وينبغى استخدام أساليب التوكيد بحذر، ولتحقيق أهداف محددة، وبصورة لا تعطى طابع التكلف.. أما الإفراط فى استخدامها وبدون هدف محدد فقد يؤدى بنا إلى المبالغة وإلى فقدان ثقة القارئ وبالتالى عدم استجابته أو تفاعله معنا.

التخطيط للكتابة المؤثرة:

لتحقيق كتابة صحفية مؤثرة يجب مراعاة عدة خطوات أهمها:

١- تحديد الأهداف والأولويات.

٢- دراسة الجمهور.

٣- اختبار فكرة الموضوع.

٤- جمع المادة اللازمة.

٥- تحديد التكنيك الأمثل للكتابة.

وسنتحدث فيما يلى عن كل من هذه الخطوات بإيجاز وتركيز:

أولا: تحديد الأهداف:

الأهداف لفظ يعبر عن الغايات التى نوجه إليها جهودنا.. ومن المسلم به أن لكل نشاط من الأنشطة الاتصالية غرضًا محددًا، يطلق عليه أسم المقصد أو الهدف.. فلا معنى لنشاط لا هدف له ولا مقصد.

والاتصال الكتابى بطبيعة الحال نشاط هادف.. فنحن لا نكتب لمجرد الكتابة أو للعبث. فعندما نعد تقريرًا، أو نبعث برسالة شخصية أو إدارية، أو نعد حديثًا إذاعيًا، أو نكتب مقالاً.. فنحن نكتب أساسًا لتحقيق أهداف محددة.

فنقطة البداية لممارسة النشاط الكتابى أو أى نشاط اتصالى آخر، هى أن نبدأ بالإجابة عن سؤال هو: ماذا نريد؟.. والإجابة عن هذا السؤال هى التى ستوجه مختلف أوجه نشاطنا التالى، وستحدد لنا قدر النتائج التى نحصل عليها.

ثانيًا: تحديد الجمهور:

عندما تفكر فى وضع خطه لموضوعك، فأنت تفكر فى العلاقة بينك وبين قرائك أساسا.. فى مدى إحساسك بهم، وإحساسك بنفسك، وبأفضل كيفية لإعداد الرسالة.

ومعرفة الجمهور لا تؤثر فقط فى تحديد لغة التخاطب.. ولا فى اختبار اللغة التى تجعله قريبًا منا، وإنما تؤثر أيضًا فى تحديد المضمون الذى سنقدمه، والكيفية التى تجعل هذا المضمون يؤثر فى حياتهم. ويلبى احتياجاتهم الحقيقية.

فالجمهور أهم متغير فى عملية الاتصال عامة، والاتصال الكتابى خاصة.. وإذا لم يكن لدينا فكرة جيدة عن طبيعته العقلية والعاطفية وخصائصه الأولية، فسوف يحد ذلك من مقدرتنا على التأثير والإقناع، مهما كانت قدراتنا الاتصالية، ومهما أحسنا اختيار الوسيلة.

فنحن نرسل فقط.. أما فاعلية الاتصال فتتوقف على كيفية استقبال الجمهور لرسالتنا وكيفية إدراكه وتفسيره لها.. وكيف سيتصرف بإزائنا؟.. وهل سيتفاعل معنا ويقبل علينا؟ أو سيقطع الاتصال وينصرف عنا؟

والإجابة عن هذه الأسئلة تحتاج إلى مزيد من المعلومات عن الجمهور، وإلى تحليله تحليلًا موضوعيًا، والتعرف عليه، من حيث أهدافه واتجاهاته ونوعيته ولغته وعاداته ودوافعه وخصائصه الشخصية والنفسية والإقناعية.

ثالثًا: اختيار فكرة الموضوع:

اختيار الفكرة فى مجالات الاتصال الإدارى أو الروتينى ليس مشكلة.. فمتطلبات العمل ومستلزماته ومشكلاته ووقائعه هى التى ستمدنا بأفكار لأنماط الاتصال الكتابى سواء كنا سنكتب مذكرة أو شكوى أو تقريرًا. أو تعليمات... إلخ.

ونحن نقوم الأفكار عادة وفقًا لمعايير عديدة. فهناك المعايير الخاصة بالفكرة ذاتها: مثل الفورية.. والمحلية والضخامة والشهرة... إلخ وقد تناولتها بالتفاصيل "كتب التحرير الصحفى"

ومعايير خاصة بالعوامل البيئية المحيطة بالفكرة الإعلامية، كالنظام السياسى والاقتصادى والاجتماعى والثقافى والحضارى، والظروف الخاصة بمؤسسة النشر نفسها. وعوامل خاصة أخرى، مثل كثرة تناول الفكرة وقدمها من الناحية الزمنية، وعدم كفاية مصادرها، وعدم تميزها، وعدم اتفاقها مع خبرة الكتاب أو اتجاهاته، أو لنقص المعلومات المتوافرة عنها.

وعلى الرغم من أهمية المعايير السابقة، فإنه معيار الأهمية بالنسبة للقراء يعد أهمها جميعًا.. فلكى تكون الكتابة مؤثرة يجب أن ترضى احتياجات القراء. وفى إطار ذلك يحدد الكاتب نوعية المعلومات التى ستتضمنها رسالته وتلك التى سيهملها.. وعلى هذا فإن مجال المضمون فى الوثيقة أو النص سيتحدد وفقًا لهدف الكاتب، ولأهداف الجمهور، ولأهداف المؤسسة أو المنشأة. وأيضًا وفقًا للوقت المحدد للكتابة، وللمعلومات المتوافرة.

وعلى أيه حال، فإنه كلما توافر للفكرة أكبر قدر من هذه المعايير كانت أقرب للاكتمال وقابلة للتنفيذ.

رابعًا: التخطيط لجمع المادة اللازمة:

نحن لا نكتب من فراغ، وإنما فى أطار ما يتوفر لنا من معلومات. ومن خلال عمليات إعمال الفكر أو التفكير التأملى والاستنباط والاستقراء والقياس نستخلص وجهات النظر.. أو بمعنى آخر نقدم الرأى أو الإضافة الجديدة.. وقد نمزج الرأى بالخبرة.. سواء خبراتنا نحن أو الخبرات المستقاة عن الآخرين.. وفى كل الأحوال، تحكمنا طبيعة مادتنا.. من حيث الوفرة والتنوع والاكتمال والنضوج.. ومن حيث قدر الاهتمام الذى نوليه لأفكارنا، والوقت الذى نخصصه لإنضاج هذه الأفكار. ولهذا فنحن ككتاب نختلف وفقًا لهذه الاعتبارات فى قدر كتاباتنا، وقدر الاهتمام الذى يوليه قراؤنا لنا.

والمصادر التى تتوافر لنا حاليًا على قدر كبير من الثراء والتنوع. فهناك المصادر التقليدية:

كالخبراء والمسئولين والأفراد العاديين.. والدوريات والكتب ووسائل الإعلام والنشرات والإحصائيات والدراسات والبحوث.. وهناك المصادر الحديثة كمراكز المعلومات وشبكات المعلومات كالإنترنت والمعلومات المسجلة على ديسكات الكمبيوتر وأسطوانات الليزر.

وما نحصل عليه من معلومات من المصادر المختلفة لا يخرج عن الأشكال الأربعة الآتية:

١- حقائق.

٢- بيانات "شواهد وأمثلة".

٣- أرقام وإحصائيات.

٤- وسائل توضيحية: كالصور والجداول والرسوم البيانية والهندسية.

خامسًا: تحديد الطريقة المثلى للكتابة:

الطريقة التى تستخدم بها الرموز اللغوية فى التعبير وطريقة ترتيب الأفكار ينتج عنها ما اصطلح على تسميته بالأسلوب.. فالأسلوب هو طريقة اختيار الألفاظ وترتيبها فى شكل له أثره وطابعه.

وبالنسبة للكتابة المؤثرة، هو فن تحويل الأفكار والأدلة والمشاعر والاتجاهات إلى مادة واضحة ودقيقة ومفهومة.

وتخضع الكتابة المؤثرة لأسس ومبادئ تنبع من خصائص نمط الكتابة المستخدم وحقيقة الأهداف التى يسعى لتحقيقها وطبيعة الجمهور الذى نتوجه إليه بمادة محددة لتحقيق أهداف محددة فى وقت محدد. ووفقًا لقدرات الكاتب وخبراته وتجاربه واستعداداته الشخصية.

وهذه العملية الاتصالية المتكاملة تهدف فى جوهرها إقناع القارئ وتحقيق رضائه عن المادة الواردة بالنص الكتابى.. وهذا لا يتأتى دون الالتزام بأسس ومبادئ نقدمها للكاتب المبتدئ حتى يصبح له تكنيكه الخاص.. فالكتابة فى ظننا عادة يكتسبها الكاتب ويبنيها بالمران فى إطار ما لديه من استعداد، ويستخلص بعد ذلك لنفسه طرق ممارستها.

ويتضمن تحديد الطريقة المثلى للكتابة مجموعة من الخطوات هى:-

١- تحديد بؤرة الارتكاز للموضوع.

٢- تحديد أساليبه الخاصة لضمان الوحدة للموضوع.

٣- تحديد قوالب البناء الفنى للموضوع.

٤- تحديد الأسس العلمية للتحرير والصياغة الأسلوبية والعوامل المؤثرة فيها.

٥- المراجعة والتقويم.

وسنتحدث فيما يلى بإيجاز عن كل من هذه الخطوات.

١- تحديد بؤرة الارتكاز للموضوع:

ومن الضرورى ونحن نختار بؤرة الأفكار لموضوعنا أن نختارها من زاوية اهتمام القراء.. اعتمادًا على تقديرنا الذاتى لذلك، واعتمادنا على قدر معرفتنا بقرائنا وبالأساليب المختلفة لجذب انتباههم.

٢- تحديد الأساليب الخاصة لضمان وحدة الموضوع:

وهذه الأساليب ترتبط ببؤرة التركيز.. لأن الانطلاق من فكرة رئيسية أو بؤرة محددة سيوفر لمقالنا التدفق والانسيابية.

٣- تحديد قوالب البناء الفنى للموضوع:

يقصد بقوالب البناء مكونات أو عناصر.. وهى بصفة عامة تتكون من العنوان.. المقدمة.. الجسم.. الخاتمة.. وطريقة عرض المعلومات داخل هذا البناء. ويختار الكاتب القالب المناسب وفقًا لنمط التحرير، وطبيعة المادة التحريرية، وللوظائف المحددة التى يهدف إلى تحقيقها.

وأى قالب فنى يتكون من:-

مقدمة: تبرز حدثًا أو قضية أو اقتراحًا جديدًا.

جسم: يقدم المعلومات الخلفية للموضوع متضمنة الأدلة والبراهين والشواهد.. بما يكشف أبعاد الموضوع ودلالاته، أو يعرض للآراء المؤيدة والمعارضة ويناقشها.

خاتمة: وهى أخر ما ينطبع بذهن القارئ مما تقدم، وخلاصة رأى الكاتب، وتثير القارئ وتدفعه للاهتمام بالموضوع، أو تفتح حوارًا بين الكاتب وبين القراء، وبينه وبين غيره من الكتاب.

٤- التقويم:

والتقويم عنصر أساسى، ويتمثل فى حرص الكاتب على تقويم عمله باستمرار سواء عند التخطيط للموضوع، أو أثناء كتابته، أو بعد الانتهاء من الكتابة.

ويقوم الكاتب بعملية التقويم وفى ذهنه اعتبارات عديدة: طبيعة الفكرة، نمط الاتصال، أهدافه من الاتصال، طبيعة وسيلة النشر وسياستها، الجمهور المستهدف.. وقد يقوم الكاتب نفسه بالتقويم خلال النقد الذاتى للتعرف على أوجه القصور. أو من خلال الاستعانة بقارئ يمثل الجمهور الذى يهدف الوصول إليه، والتعرف على رأيه فى المقال قبل أن ينشره.. فإذا ما ضمن استجابته، فلاشك أنه سيضمن بذلك تأثر باقى الجمهور.

أما بعد النشر فيأتى التقويم عادة عن طريق حصر استجابات القراء وانطباعاتهم سواء بالبريد أو بالتليفون أو الاستقصاءات التى تساعدنا فى التعرف على ردود فعل الجمهور.

والتقويم وإن كان خطوة تالية، إلا أن الاهتمام به منذ التخطيط للفكرة يساعد على تلافى كثير من السلبيات فى كتاباتنا، وتلافيها أولاً بأول وبصورة مستقرة، مما يجعل كتاباتنا مؤثرة ومحققة لأهدافها.

الكتابة فى القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة:

أولا فى القرآن الكريم:

الكلمة	التكرار
كَتَبَ	٨
كَتَبَتْ	١
كَتَبْتَ	٥
كَتَبْنَا	١
كَتَبْنَاهَا	١
فسأكتبها	١
تَكْتُبُوهُ	١
تَكْتُبُوهَا	١
نَكْتُبُ	٢

الكلمة	التكرار
كَتَبَ	٨

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
١٨٧	م	٢	البقرة	فَالآنَ بَاشِرُوهُنَّ وَابْتَغُوا مَا كَتَبَ اللَّهُ لَكُم
٢١	م	٥	المائدة	يَا قَوْمِ ادْخُلُوا الأَرْضَ الْمُقَدَّسَةَ الَّتِى كَتَبَ اللَّهُ لَكُمْ
١٢	ك	٦	الأنعام	كَتَبَ عَلَى نَفْسِهِ الرَّحْمَةَ لَيَجْمَعَنَّكُمْ إِلَى يَوْمِ الْقِيَامَةِ
٥٤	ك	٦	الأنعام	فَقُلْ سَلامٌ عَلَيْكُمْ كَتَبَ رَبُّكُمْ عَلَى نَفْسِهِ الرَّحْمَةَ
٥١	م	٩	التوبة	قُلْ لَنْ يُصِيبَنَا إِلاَّ مَا كَتَبَ اللَّهُ لَنَا
٢١	م	٥٨	المجادلة	كَتَبَ اللَّهُ لأَغْلِبَنَّ أَنَا وَرُسُلِى إِنَّ اللَّهَ قَوِىٌّ عَزِيزٌ
٢٢	م	٥٨	المجادلة	أُوْلَئِكَ كَتَبَ فِى قُلُوبِهِمْ الإِيمَانَ وَأَيَّدَهُمْ بِرُوحٍ مِنْهُ .
٣	م	٥٩	الحشر	وَلَوْلا أَنْ كَتَبَ اللَّهُ عَلَيْهِمْ الْجَلاءَ لَعَذَّبَهُمْ فِى الدُّنْيَا

الكلمة	االتكرار
كَتَبَتْ	١

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
٧٩	م	٢	البقرة	فَوَيْلٌ لَهُمْ مِمَّا كَتَبَتْ أَيْدِيهِمْ وَوَيْلٌ لَهُمْ مِمَّا يَكْسِبُونَ

الكلمة	االتكرار
كَتَبْتَ	١

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
٧٧	م	٤	النساء	وَقَالُوا رَبَّنَا لِمَ كَتَبْتَ عَلَيْنَا الْقِتَالَ

الكلمة	االتكرار
كَتَبْنَا	٥

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
٦٦	م	٤	النساء	وَلَوْ أَنَّا كَتَبْنَا عَلَيْهِمْ أَنْ اقْتُلُوا أَنفُسَكُمْ أَوْ اخْرُجُوا مِنْ دِيَارِكُمْ مَا فَعَلُوهُ إِلاَّ قَلِيلٌ مِنْهُمْ
٣٢	م	٥	المائدة	مِنْ أَجْلِ ذَلِكَ كَتَبْنَا عَلَى بَنِى إِسْرَائِيلَ أَنَّهُ مَنْ قَتَلَ نَفْساً بِغَيْرِ نَفْسٍ أَوْ فَسَادٍ فِى الأَرْضِ فَكَأَنَّمَا قَتَلَ النَّاسَ جَمِيعا
٤٥	م	٥	المائدة	وَكَتَبْنَا عَلَيْهِمْ فِيهَا أَنَّ النَّفْسَ بِالنَّفْسِ وَالْعَيْنَ بِالْعَيْنِ
١٤٥	ك	٧	الأعراف	وَكَتَبْنَا لَهُ فِى الأَلْوَاحِ مِنْ كُلِّ شَىْءٍ مَوْعِظَةً
١٠٥	ك	٢١	الأنبياء	وَلَقَدْ كَتَبْنَا فِى الزَّبُورِ مِنْ بَعْدِ الذِّكْرِ أَنَّ الأَرْضَ يَرِثُهَا عِبَادِى الصَّالِحُونَ

الكلمة	االتكرار
كَتَبْنَاهَا	١

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
٢٧	م	٥٧	الحديد	مَا كَتَبْنَاهَا عَلَيْهِمْ إِلاَّ ابْتِغَاءَ رِضْوَانِ اللَّهِ

الكلمة	االتكرار
فَسَأَكْتُبُهَا	١

ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
ك	٧	الأعراف	فَسَأَكْتُبُهَا لِلَّذِينَ يَتَّقُونَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ

الكلمة	االتكرار
تَكْتُبُوهُ	١

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
٢٨٢	م	٢	البقرة	وَلا تَسْأَمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيراً أَوْ كَبِيراً إِلَى أَجَلِهِ

الكلمة	االتكرار
تكتبوها	١

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
٢٨٢	م	٢	البقرة	فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلاَّ تَكْتُبُوهَا

الكلمة	االتكرار
نَكْتُبُ	٣

الآية	ك/م	رقمها	السورة	نص الآية
١٨١	م	٣	آل عمران	سَنَكْتُبُ مَا قَالُوا وَقَتْلَهُمْ الأَنْبِيَاءَ بِغَيْرِ حَق
٧٩	ك	١٩	مريم	كَلاَّ سَنَكْتُبُ مَا يَقُولُ وَنَمُدُّ لَهُ مِنْ الْعَذَابِ مَدّاً
١٢	ك	٣٦	يس	إِنَّا نَحْنُ نُحْيِ الْمَوْتَى وَنَكْتُبُ مَا قَدَّمُوا وَآثَارَهُم

ثانيا الكتابة فى الحديث الشريف:

حديث رقم: ٦٠٢٧

صحيح البخارى كتاب الدعوات باب التعوذ من فتنة الدنيا

حدثنا فروة بن أبى المغراء حدثنا عبيدة بن حميد عن عبد الملك بن عمير عن مصعب بن سعد بن أبى وقاص عن أبيه رضى الله عنه قال: (كان النبى صلى الله عليه وسلم يعلمنا هؤلاء الكلمات كما تعلم الكتابة اللهم إنى أعوذ بك من البخل وأعوذ بك من الجبن وأعوذ بك أن نرد إلى أرذل العمر وأعوذ بك من فتنة الدنيا وعذاب القبر).

حديث رقم: ٣٨٨٧

سنن أبى دأود كتاب الطب باب ما جاء فى الرقى

حدثنا إبراهيم بن مهدى المصيصى ثنا على بن مسهر عن عبد العزيز بن عمر بن عبد العزيز عن صالح بن كيسان عن أبى بكر بن سليمان بن أبى حثمة عن الشفاء بنت عبد الله قالت: (دخل على رسول الله صلى الله عليه وسلم وأنا عند حفصة فقال لى ألا تعلمين هذه رقية النملة كما علمتيها الكتابة).

الحكم على الكتاب بشكل عام: ذكر الإمام أبو دأود مصنف هذا الكتاب أن الأحاديث التى فى كتابه هى أصح ما عرف فى الباب وقال ما كان فى كتابى من حديث فيه وهن شديد فقد بينته وما لم أذكر فيه شيئا فهو صالح

حديث رقم: ٢٦٦٥

سنن الترمذى كتاب العلم عن رسول الله باب ما جاء فى كراهية كتابة العلم

حدثنا سفيان بن وكيع حدثنا سفيان بن عيينة عن زيد بن أسلم عن أبيه عن عطاء بن يسار عن أبى سعيد الخدرى قال: (استأذنا النبى صلى الله عليه وسلم فى الكتابة فلم يأذن لنا قال أبو عيسى وقد روى هذا الحديث من غير هذا الوجه أيضا عن زيد بن أسلم رواه همام عن زيد بن أسلم).

حديث رقم: ١٤٩٠

موطأ مالك كتاب المكاتب باب سعى المكاتب

حدثنى مالك أنه بلغه أن عروة بن الزبير وسليمان بن يسار: (سئلا عن رجل كاتب على نفسه وعلى بنيه ثم مات هل يسعى بنو المكاتب فى كتابة أبيهم أم هم عبيد فقالا بل يسعون فى كتابة أبيهم ولا يوضع عنهم لموت أبيهم شىء قال مالك وإن كانوا صغارا لا يطيقون السعى لم ينتظر بهم أن يكبروا وكانوا رقيقا لسيد أبيهم إلا أن يكون المكاتب ترك ما يؤدى به عنهم نجومهم إلى أن يتكلفوا السعى فإن كان فيما ترك ما يؤدى عنهم أدى ذلك عنهم وتركوا على حالهم حتى يبلغوا السعى فإن أدوا عتقوا وإن عجزوا رقوا قال مالك فى المكاتب يموت ويترك مالا ليس فيه وفاء الكتابة ويترك ولدا معه فى كتابته وأم ولد فأرادت أم ولده أن تسعى عليهم إنه يدفع إليها المال إذا كانت مأمونة على ذلك قوية على السعى وإن لم تكن قوية على السعى ولا مأمونة على المال لم تعط شيئا من ذلك ورجعت هى وولد المكاتب رقيقا لسيد المكاتب قال مالك إذا كاتب القوم جميعا كتابة واحدة ولا رحم بينهم فعجز بعضهم وسعى بعضهم حتى عتقوا جميعا فإن الذين سعوا يرجعون على الذين عجزوا بحصة ما أدوا عنهم؛ لأن بعضهم حملاء عن بعض).

الحكم على الكتاب بشكل عام: قال الشافعى ما على ظهر الأرض كتاب بعد كتاب الله أصح من كتاب مالك يعنى الموطأ. (وقد مات الشافعى عام ٢٠٤هـ قبل ظهور البخارى ومسلم).

الفصل الرابع

الاتصال الفعال والعلاقات العامة

مفهوم الاتصال للعلاقات العامة

أهداف الاتصال للعلاقات العامة

أنواع الاتصال

عناصر عملية الاتصال الإدارى

التخطيط لاختيار وسائل الاتصال المناسبة

وسائل الاتصال الفعال

الاتصال الفعال والعلاقات العامة

أهمية الاتصال للعلاقات العامة

الاتصال الفعال فى مجال العلاقات العامة هو الاتصال الذى يؤدى إلى خلق نوع من الاستجابة تجاه أهداف المنشأة حتى تحقق هذه الأهداف بأحسن الوسائل وأقل التكاليف، وهو بالنسبة لأعضاء المنشأة يعد السبيل الوحيد لديناميكية الجماعة وللتغلب على النزاع الذى ينشأ بين أفراد التنظيم على كل المستويات، فبدون الاتصال الدائم نفتقد التفاعل اللازم لسير العمل، ولذلك يعد الاتصال أهم العمليات الإدارية.

والاتصال الفعال فى العلاقات العامة وسيلة وليس غاية، إذ يجعل العملية الإدارية تتم بيسر وسهول، الى جانب ان الاتصال يساعد على الإنجاز للتخطيط الإدارى بفاعلية، اذ يساعد على التنفيذ الفعال لبرامج العلاقات العامة، والتطبيق الفعال للرقابة، فضلا عن ضرورته للتوجيه الإدارى، فالمدير كما نعلم يقوم بوظائفه الإدارية ويجعل من الاتصال وسيلة لهذه العملية.

فالهدف الأساسى من الاتصال هو نتاج وتوفير وتجميع البيانات والمعلومات الضرورية لاستمرار العملية الإدارية ونقلها وتبادلها أو إذاعتها أو التأثير فى سلوك الأفراد والجماعات أو التغيير أو التعديل من هذا السلوك أو توجيهه وجهة معينة. وتتم هذه العمليات فى صورة متبادلة بين الجانبين لا بين جانب واحد.

طبيعة الاتصال:

إن عملية الاتصال بالآخرين ليست أمرا سهلا، وقد يكون من المفيد أن نعرض لبعض المفهومات الخاطئة عن الاتصالات، حتى نستطيع ان نفهم حقيقة عملية الاتصال:

- إن الاتصالات فى حد ذاتها عملية سهلة، ولكنها مع ذلك من أن أصعب ألوان النشاط التى يقوم بها الإنسان، ولعل هذا يعود إلى أن للإنسان مجموعة معقدة من الاتجاهات النفسية، والعمليات المنطقية والمشاعر والعواطف والأسس الفكرية والتحيزات وما إلى ذلك، عندما يحأول شخص أن يتصل بآخر، فإن كل هذه الأمور يكون لها تأثيرها وتمثل معوقات فى سيبل الفهم.

- تتم الا تصالات فى اتجاه واحد، من شخص إلى آخر، ولكن يجب أن نتذكر أنه عندما تبادر وترسل رسالة، فإن الشخص الآخر يتسلمها ويفسرها طبقا لرغباته ويعطيها معن خاصا من عنده، وفى هذا المعنى يجب أن ننظر إلى الاتصالات على أنها فى اتجاهين، بل وتأخذ شكل دائرة يأخذ فيها المرسل بعين الاعتبار رد فعل رسالته لدى الشخص الآخر، وهذا التصرف من جانبه سوف يؤثر فى سلوكه فى الاتصال بعد ذلك، إلى أن ينتج عن العلاقة التبادلية فهم متبادل بين الطرفين، واتفاق على المعانى.

- إن الكلمات فى ذاتها لها معان، ومع أنها ما هى إلا رموز تستخدم فى محأولة توصيل المعنى، إلا أن المعنى الناتج منها هو ذلك الذى يرغب المتلقى فى استنتاجه، وليس بالضرورة المعنى الذى يقصده المرسل.

- إن الناس متشابهون، وإذا كان هذا صحيحا، فإننا نستطيع أن نفترض أن نفس الرسالة يمكن تفسير ها بمعنى واحد بمعرفة كل إنسان ولكن الناس يختلفون فى خلفياتهم، وتعليمهم واهتمامات العمل، والاهتمامات الشخصية، والأذواق والاتجاهات، والاندماج العغاطفى، ومدى استخدامهم للتفكير المنطقى، كذلك فنحن لا نستطيع أن نستبعد كيف يفكر هذا الشخص الآخر فينا، وأسلوبه فى تفسير ما نقول، ونحن نعلم فى هذا المجال أن تعبيرات وجوهنا، وإيماءاتنا،

واتجاهنا العام، وحتى ملابسنا يمكن أن يكون لها التأثير فى المعنى الذى نحاول توصيله.

- للناس، كلهم مختلفون، قد يبدو لأول وهلة أن هذا القول هو عكس المفهوم الخاطى السابق، ولكن العبارتين صحيحتان إلى حد ما أن الناس ليسوا مختلفين الى حد كبير فيما يتعلق بالحاجات والرغبات الرئيسية، الأمر الذى يجب أن يؤخذ فى الاعتبار عند إجراء أى اتصالات، للتأكد من نوعية الرغبات المسيطرة فى موقف معين.

مفهوم الاتصال:

الاتصال للعلاقات العامة أحد فروع الاتصال الإدارى، ولذلك ينبغى الوقوف على مفهوم الاتصال الإدارى فبل التعرف على معنى الاتصال للعلاقات العامة. وبالنسبة للاتصال الإدارى فيعرفه علماء الإدارة بأنه العملية التى تهدف إلى تدفق البيانات والمعلومات فى الإدارة صورة حقائق بين وحدت المشروع المختلفة فى مختلف الاتجاهات هابطة وصاعدة وأفقية عبر مراكز العمل المتعددة داخل الهيكل التنظيمى للمشروع، وكذا بينه وبين الجمهور الخارجى والداخلى؛ وذلك من أجل تنسيق الجهود وتحقيق الترابط والتعاون وتبادل الآراء ووجهات النظر الخاصة بالعمل ومشكلاته بما حققه الفهم والتجاوب المطلوب بين العاملين.

وهناك تعريفات أخرى للاتصال الإدارى فيعرفه فضيل دليو بأنه العملية التى تهدف إلى تدفق البيانات والمعلومات اللازمة لاستمرار العملية الإدارية عن طريق تجميعها ونقلها فى مختلف الاتجاهات (هابطة، صاعدة، أفقية) داخل الهيكل التنظيمى وخارجه بحيث تتيسر عملية التواصل المطلوب بين مختلف المتعاملين.

أما إبراهيم أبو عرقوب فيعرفه بأنه الاتصال الإنسانى المنطوق والمكتوب الذى تم داخل المؤسسة على المستوى الفردى والجماعى، ويسهم فى تطوير أساليب العمل وتقوية العلاقة بين الموظفين وهو إما اتصال رسمى (هابط، صاعد، أفقى) أو غير رسمى.

وعلى الرغم من أن التعريفات العديدة للاتصال الإدارى فإنه يمكننا أن نعرفه باختصار بأنه تلك العملية الهادفة والمستمرة لتنقل وتبادل المعلومات والأفكار والحقائق الإدارية بين طرفى عملية الاتصال داخل الجماعة أو التنظيم أو المجتمع باستخدام وسيلة أو وسائل معينة ورموز شفهية أو مكتوبة أو مسموعة خلال إطار موقفى محدد بغرض تحقيق التفاعل والتفاهم المتبادل لضمان استمرار العملية الإدارية وتطورها للأفضل، مما يساعد على تحقيق التواصل المطلوب بين الأطراف المختلفة للاتصال لتحقيق أهداف محددة . وهذا المفهوم للاتصال الادارى لا يختلف كثيرا عن مفهوم الاتصال للعلاقات العامة باعتبارها أحد الأنشطة الإدارية للنشأة، إلا أننا لتحديد مفهوم الاتصال للعلاقات العامة ينبغى أولا أن نتعرف الابعاد الاتصالية للعلاقات العامة. وفى إطار هذه الأبعاد الاتصالية يمكننا أن نعرف الاتصال للعلاقات العامة بأنه تلك العملية الهادفة إلى نقل وتبادل المعلومات بين طرفى عملية الاتصال داخل التنظيم وخارجه باستخدام وسيلة معينة خلال إطار موقفى محدد يجمع بينهما بغرض تحقيق التفاعل والتفاهم المتبادل نحو تحقيق الأهداف المهمة المحددة للعلاقات العامة.

أهداف الاتصال:

تعتمد العلاقات العامة على الاتصال كدعامة رئيسية فى عملها الإدارى من منطلق المهام التى تزأول من خلال عملية الاتصال، وذلك لتحقيق الأهداف الآتية:

الإعلام:

وتظهر المهام الإعلامية للاتصال للعلاقات العامة من خلال تدفق المعلومات على كافة المستويات الإدارية والتنفيذية، فالمدير الناجح هو الذى يتخذ قرارات ناجحة، والقرار الناجح يعتمد على كمية هائلة من المعلومات السليمة فى الوقت المناسب ويعتمد تدفق المعلومات على مدى فعالية الاتصال.

ومما لا شك فيه فإن العمل القائم على الاقتناع يختلف فى الجودة والنوعية عن العمل الروتينى القائم على تنفيذ الأوامر بصرف النظر عما يجول بخاطر الموظف، وقد أكد دور الفكر الإدارى على أهمية الاقتناع فى الأداء الوظيفى.

التكامل للمنشأة:

وتنبع أبعاد المهمة التكاملية للاتصال من كونه تعبيرا عن الممارسات المختلفة حيث يتفاعل الناس من أجل التكامل الذاتى والجماعى.

وتساعد المهمة التكاملية فى سيادة روح الوحدة بالنسبة للمنظمة، مما يستلزم توفير وسيلة يستطيع بها الموظف التعرف على نفسه من خلال الانتماء إلى مجموعة ما بالمنظمة.

الشبكات الاتصالية للعلاقات العامة:

وتعنى شبكات الاتصال هنا الانتقال المتتابع للرسالة داخل المؤسسة، وهذا الانتقال التتابعى كما يرى جون بيرد John Baird يؤثر على الطرق التى يمكن أن تؤثر على فاعلية الرسالة فى المؤسسة من خلال الأوجه الآتية :

* اتجاه الرسالة عبر التسلسل التنظيمى، إذ يجب أن يكون مباشرا ليقل التحريف فيها.
* بنية شبكات الاتصال التى تحمل الرسالة، وبمعنى آخر من يتحدث إلى من عدد الناس الذين يخصهم انتقال الرسالة، فكلما كان العدد محدوداً كان أفضل، وبخاصة الرسالة الشفهية.

وتتعدد شبكات الاتصال الإدارى وفقا لأنواع أو لأنماط الاتصال القائمة فعلا بالمؤسسات، وتختلف هذه الأنواع أو الأنماط وفقا للمعايير المحددة للتصنيف.

أنواع الاتصال:

١. اللغة المستخدمة

٢. الاتجاه

٣. درجة التأثير

٤. مصدر الاتصال

٥- نطالق الاتصال

٦- مدى السيطرة على عملية سريان المعلومات

أولا - أنواع الاتصال وفقا للغة المستخدمة:

وكلمة لغة من وجهة نظر خبراء العلاقات العامة خاصة لا تقتصر فقط على اللغة اللفظية وحدها، فأى منهج منظم ثابت يعبر به الإنسان عن فكرة تجول بخاطره وإحساس يحسه فى صدره هو لغة قائمة بذاتها، وعلى ذلك يمكن تقسيم الاتصال الإنسانى حسب اللغة المستخدمة إلى:

١- اتصال لفظى:

وهو الذى يستخدم فيه اللفظ أو الكلمة كوسيلة لنقل رسالة من المصدر إلى المستقبل، وينقسم إلى نوعين:

- اتصال شفهى:

وفى هذا النوع من الاتصال يصل اللفظ منطوقا إلى المستقبل ويدركه بحاسة السمع، ومن أمثلة هذا النوع: المحاضرات والندوات والمناقشات والمنظارات والمقابلات والخطب، ويتميز الاتصال الشفهى بقدرته على توفير الوقت كما أنه يسمح بالمواجهة وخلق نوع من الصداقة والتعأون والألفة بين طرفى الاتصال، ويشجع على الأسئلة والإجابة عليها.

- الاتصال الكتابى:

ويعمل على نقل المعلومة المطلوبة إلى عدد كبير من الأفراد بالإضافة إلى أنه يمكن الرجوع إليه وقت الحاجة، كما يسمح بتوصيل جميع المعلومات المراد إيصالها سواء أكانت تعلميات أم أوامر أم بيانات أم إحصاءات.

٢- الاتصال غير اللفظى:

وتشمل هذه المجموعة كل أنواع الاتصال التى تعتمد على اللغة غير اللفظية، وتتمثل فى الإشارات والحركات التى يستخدمها الإنسان لنقل تعبيرات الوجه،

والإشارات والحركات التى تصدر من الممثل على خشبة المسرح، كذلك أيضا تتمثل فى الصور والرسوم والموسيقى والمجسمات والنحت.

ثانيا أنواع الاتصال وفقا للاتجاه:

يصنف الخبراء الاتصال وفقا للاتجاه إلى نوعين:

١) اتصال فى اتجاه واحد

٢) اتصال فى اتجاهين

يؤثر اتجاه الاتصال على عملية الاتصال بصرف النظر عن المضمون، فعندما يكون الاتصال فى اتجاه واحد فهذا يعنى أن المسئول لا يتلقى أى ردود أفعال، أى لا يتفاعل مع المستقبل، أما إذا كان الاتصال فى اتجاهين فهذا يعنى اكتمال عملية الاتصال، فالمستقبل يستقبل الرسالة ويفسرها ويفهمها ويستجيب لها وينقل ردود أفعاله إلى المرسل الذى يتأكد بدوره من مدى إدراك المستقبل لمحتوى رسالته ومن مدى تحقيق هدفه الاتصالى. وعلى الرغم من صعوبة الاتصال ذى الاتجاهين فإنه أكثر فائدة لأن مهمة المدير لا تنتهى بمجرد إبلاغ الرسالة، فعليه أن يتأكد من فهم العاملين للرسالة ومن الأثر الذى احدثته فى المستقبل كما يمكنه أن يعدل فى رسائله بما يساعد على تحقيق الهدف الأساسى للاتصال، ولهذا يكون الاتصال هنا عملية تبادل مثمر فى الأفكار والمعلومات، ويدخل فى إطار هذا النوع كل انواع الاتصال الشخصى كالمقابلات والندوات والاجتماعات.

وفى هذا النوع من الاتصال يتبادل كل من المرسل والمستقبل أماكنهما خلال عملية التفاعل إذ يصبح المستقبل مرسلا والمرسل مستقبلا، وهكذا يظل هذا التبادل مستمراً خلال التفاعل فى الاتصال ذى الاتجاهين حتى يصل إلى تحقيق هدفه.

ثالثا: أنواع الاتصال من حيث درجة تاثيره:

يقسم الخبراء الاتصال من حيث درجة تأثيره إلى:

١) اتصال شخصى

٢) الاتصال جمعى

٣) الاتصال جماهيرى

٤) الاتصال تفاعلى.

الاتصال الشخصى:

ويقصد به العملية التى يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والأفكار والاتجاهات بين الأفراد بالطريقة المباشرة وجها لوجه وفى اتجاهين ودون قنوات وسيطة، حيث يصبح المرسل والمستقبل على اتصال ببعضها وجها لوجه وفى مكان محدد، ويتميز بأن المرسل فيه يصبح مستقبلا والعكس.

ويلاحظ أن التأثير الناتج عن الاتصال الشخصى يتسم بالعمق والاستمرار لفترة أطول لتأسيسه على الإقناع، لقدرة الاتصال الشخصى على ضمان المصداقية فى المصدر وعلى السيطرة على انتباه المستقبل وخاصة بالنسبة للرسائل التى لا تنفق مع ميول الجمهور واتجاهاته، كما يتميز بتوافر قدر كبير من رجع الصدى من المستقبل أو ردود أفعال المستقبل للرسالة مما يتيح لنا إدخال تعديلات مستمرة على رسائلنا وفقا لرجع الصدى بما يضمنه لنا من فعالية أكثر، ولهذا فالتفاعل فيه بين المرسل والمستقبل مباشر والفرصة للمشاركة فى الخبرة أكبر منه فى حالة الاتصال الجمعى والجماهيرى ٠

*** الاتصال الجمعى:**

وهو عنصر أساسى فى إدارة المؤسسات ،ويساعد المؤسسة على تحقيق وظائفها، ويأخذ الاتصال الجمعى أشكالا عديدة مثل اجتماعات صنع القرارات واجتماعات الأقسام وندوات التوجيه وبرامج التدريب وغير ذلك من الوظائف التى تتعلق بمهام العمل.

ورغم هذه المزايا فهماك صعوبات يدركها الخبراء للاتصال الجمعى منها أنه لا يتيح فرصة كبيرة لنقل توصيل المعلومات الحديثة لحاجته إلى وقت طويل مما يصعب استخدامه عند عدم تواجد الأفراد المراد الاتصال بهم فى مكان

محدود وانتشارهم فى أماكن شتى ولهذا فهو يحتاج لوقت أكبر للاتصال بالإعداد الكبيرة.

وبالإضافة إلى ذلك يفيد الاتصال الجمعى داخل المؤسسة فى تحقيق أهداف الوظيفة الاجتماعية من خلال حفلات التكريم والسمر والرحلات والاجتماعات والندوات واللقاءات التى يعقدها أعضاء شبكة الاتصال الرسمى وغير الرسمى بالمنشآت.

*** الاتصال الجماهيرى:**

ويقصد به العملية التى يتم بقتضاها نقل الأفكار والمعلومات والاتجاهات إلى عدد كبير جداً من الأفراد باستخدام وسيلة أو أكثر من وسائل الاتصال الجماهيرية، ويتم هذا الاتصال بطريقة غير مباشرة وفى اتجاه واحد ولعدد كبير من الأفراد متواجدين فى مكان غير محدود.

وتستخدم المنشآت هذا النوع من الاتصال لقدرته على تزويد الجماهير بأكبر قدر من المعلومات والمعارف، كما أنه أقل تكلفة من الاتصال الشخصى المباشر، ورغم ذلك فهناك بعض الصعوبات فى استخدامه.. منها أنه اتصال من جانب واحد نفتقد فيه رودود أفعال الجمهور نحو رسائلنا، وذلك فنحن لا نعرف مدى وصول الرسالة ومدى استيعاب المستقبل لها. والكيفية التى تقبلها بها، ورد الفعل الناتج، ورغم الأساليب المختلفة للوقوف على هذه الجوانب إلا أن ما توفره لنا ردود الأفعال أقل بكثير مما يوفره الاتصال الشخصى.

**** الاتصال التفاعلى:**

أثمر التطور الهائل فى تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والحاسبات الإلكترونية على وسائل اتصال حديثة تعتمد على الحاسبات الإلكترونية كوسيلة أساسية لعملها كوسائل اتصال، وتستفيد من التطورات الأخرى فى مجال الأقمار الصناعية وأشعة الليزر والألياف البصرية المجسد، وفى هذا المجال يمكننا أن

نشير إلى وسائل عديدة فى مجالى الاتصال التفاعلى الإدارى مثل البريد الإلكترونى فى المواقع الإلكترونية وواجهات العرض الإلكترونية ومجموعات المناقشة والمجموعات الإخبارية وعقد المؤتمرات عن بعد والجرائد والمجلات الإلكترونية، وهذه الوسائل تعتمد على شبكة الإنترنت، وهى شبكة تسمح بمرور كم هائل من المعلومات بسرعة عالية وبتكلفة رخيصة وبصورة تجعلنا نخاطب المهتمين فقط وتسمح لهم بالاتصال والتفاعل مع مصدر الرسالة وعرض أفكارهم وآرائهم ومن ناحية أخرى لا توجد حدود قصوى للمساحات الإعلامية والإعلانية مقارنة بالوسائل الأخرى، كما أن الوصول إلى المعلومات والتعامل معها سريع جداً مقارنة بالبريد السريع أو الفاكس، والتسويق والإعلام يتم بخصوصية شديدة وراحة تامة.

وهذا الاتصال جاء نتيجة لاستفحال دور تكنولوجيا المعلومات فى السنوات الأخيرة؛ حيث تلعب ثورة المعلومات دوراً ملحوظا فى عملنا اليوم من خلال التقنية الحديثة ولانتشار المعلوماتية وتقدم وتعدد طرق الاتصال وحرية التجارة الدولية وزيادة أهميتها وتطورها وانعكاس آثار هذه المعلومات وثورة التكنولوجيا الحيوية على كافة مناحى الحياة.

رابعا: أنواع الاتصال وفقا لطبيعة المصدر:

وينقسم إلى:

١) الاتصال الرسمى

٢) الاتصال غير الرسمى

**** الاتصال الرسمى:**

وهو الاتصال الذى يرتبط بالبناء التنظيمى الرسمى للمنشآت، ويعتبر أهم عمليات الإدارة بصورة عامة، ويلاحظ تنوع المادة التى تنتقل عبر شبكات هذا النوع من الاتصال إذ تتضمن:

- البيانات أو الحقائق الخاصة بالوضع الجارى والمشكلات والأهداف
- الآراء والمقترحات والخبرات والتجارب.
- المعلومات الخاصة بالأهداف والسياسات والأحداث.
- مادة حافز وعاطفية نذكر منها:

– مشاعر التأييد أو التقدير أو الرفض.

– الأهداف والأغراض.

ووفقا لاتجاه سريان المعلومات فى الاتصال الرسمى يصنف علماء الإدارة الاتصال الرسمى إلى ثلاثة انواع:

- الاتصال التصاعدى
- الاتصال الهابط
- الاتصال الأفقى.

أ - الاتصال الهابط:

وهذا الاتصال يتدفق من قمة التنظيم إلى أدنى المستويات الإدارية وتتوقف عليه حياة المنشأة، إذ إنها بدونه تتوقف تماما عن أداء وظيفتها، وأنماط الرسائل التى تتدفق عبر شبكة الاتصال الهابط اى من الرئيس أو المسئول إلى المرءوسين تتضمن الموضوعات الآتية:

١– توجيهات محددة حول تعليمات أو مهمات أو حول أداء العمل.

٢– معلومات مصممة لتحقيق الفهم للمهمة وعلاقتها بمهام المنظمة الأخرى.

٣– معلومات حول إجراءات المؤسسة وممارستها وتتضمن سياسات وقوانين ولوائح خاصة بالمؤسسة أو التنظيم.

٤– رجع الصدى إلى المرءوسين فيما يتعلق بأداء عملهم.

٥- رسائل دعائية مصممة بهدف تحفز المستخدمين وجعلهم يشعرون بالالتزام نحو أهداف المؤسسة.

ب - الاتصال التصاعدى:

وهو الاتصال الذى يتمثل فى الرسائل الصاعدة من المرءوسين إلى رؤسائهم ويفيد هذا الاتصال الإدارة فى التحقق مما إذا كانت المعلومات التى أرسلتها تم استقبالها واستيعابها، وكذلك حول مدى اتخاذ إجراءات التنفيذ، فهو يفيد المرءوسين فى تحقيق ذواتهم ويريحهم من التوتر العاطفى ويجعلهم يشعرون بالانتماء للمؤسسة وأهم الوسائل التى يستخدمها هذا النمط من الاتصال التقارير والسجلات والشكاوى والمقابلات والاستفتاء.

ج - الاتصال الأفقى:

ونعنى به الاتصال الذى يتم بين اثنين من أعضاء المؤسسة على مستوى التسلسل التنظيمى كاتصال رؤساء الأقسام فيما بينهم، وهذا النوع من الاتصال يوفر على هؤلاء مشقة الاتصال عبر التسلسل الهرمى.

● **الاتصال غير الرسمى:**

ويحدث خارج المسارات الرسمية المحددة للاتصال، ويعتبر جزءًا طبيعيًا من حياة المنظمات، ولا يمكن للإدارة إغفال وجوده إذ يحقق أهدافا لا تتفق وأهداف الاتصال الرسمية، وقد يعمل على تعطيل الاتصالات الرسمية.

ولا يعنى هذا أن الاتصال غير الرسمى لابد، وأن يتوفر فى غير أوقات العمل أو خارج التنظيم، ولكن يعنى أن الوصول إلى المعلومات يتم من خارج منافذ الاتصال الرسمية، ورغم ما يسببه هذا الاتصال من مشكلات ومضيقات للإدارة وعرقلته لمهمتها فى التنسيق بنقل معلومات غير دقيقة عن طريق اللقاءات غير الرسمية والإشاعات والأخبار الكاذبة.

مزايا الاتصال غير الرسمى:

● يكمل مسيرة الاتصال الرسمى فى كثير من المواقف، ويزيد من سرعة انتقال المعلومات ويخفف من عبء التعطيل على الرئيس العام للمشروع.

- يدعو إلى استكمال كثير من المعلومات والبيانات التى يتعذر أحيانا على الاتصال الرسمى استيفاؤها.
- يمهد الطريق إلى تذليل الصعوبات أو العراقيل التى تقف لدقائق العمل.
- يساعد على تيسير عملية التفاوض مع النقابات العمالية.
- يستخدم فى إزالة عوامل الانفعال والتوتر والقلق والكبت النفسى.
- يخلق التوازن مع التغيرات المحيطة بجو العمل بطريقة أيسر وأسرع.

ومن هنا تنشأ مسئولية الإدارة نحو الاعتراف بأداء الاتصال غير الرسمى كما يقول دكتور محمد عليش فى حل مشكلات العمل والعاملين، ويحدد مسئولية الإدارة تجاه الاتصال غير الرسمى فيما يأتى:

- معرفة مدى تأثير الأعمال والسلوك والتصرفات والقرارات داخل التنظيم على الاتصال غير الرسمى حتى يمكنه اتخاذ الاحتياجات اللازمة للاستفادة منه فى نجاح كافة الجهود.
- الوقوف على قنوات هذا الاتصال تمهيداً لدراستها وتحليلها وبالتالى تيسير سبل الانتفاع بها محاولة معايشة هذا الاتصال والاستفادة من الإصغاء إليه، ويرتبط هذا الإصغاء بضرورة العناية والحرص على تفسير وشرح بيانات ومعلومات واتجاهات أطراف هذا الاتصال فى كافة أنحاء النظام أو بين المستويات الإدارية بعضها بعضا وبين العاملين أنفسهم.
- محاولة معرفة أصحاب النفوذ من العاملين فى هذا الاتصال حتى يتيسر للإدارة التعامل معهم كلما دعت الضرورة لذلك مع تغذيتهم بالحقائق والمعلومات والبيانات الصحيحة .

وبهذا تضمن الإدارة سلامة الاتصال وخلوه من الأخطاء والتضليل وتشويه الحقائق، ووقف انتشار الاشاعات المغرضة والضارة بمصالح العمل.

خامسا أنواع الاتصال وفقا للنطاق:

وتنقسم إلى اتصالات داخلية وخارجية والفرق بين الاثنين إن الاتصالات الخارجية تطلق خارج المنشأة على النطاق المحلى أو القومى أو الدولى، أما الاتصالات الداخلية فهى لا تخرج عن حدود المنشأة والعاملين فيها.

الاتصالات الخارجية:

والاتصالات الخارجية بالمفهوم السابق هى جهود خارج الحدود، أى تعمل إدارة العلاقات العامة على توسيع نطاق الاتصالات بحيث توجد نوعا من الامتداد لسمعة المنشأة إلى الخارج، سواء فى مجال الأعمال المشابهة لها فى داخل حدود الدولة، أو فى المجال الدولى الذى قد يشمل أكثر من دولة وهنا تهتم كثيرا بسمعة المنشأة فى الخارج، وتعمل على المحافظة على هذه السمعة وترويج الأخبار الجيدة عنها، ومقاومة اى اتجاه عكسى صادر من المنافسين أو المغرضين أو الأعداء.

الاتصالات الداخلية: ويقصد بالاتصالات الداخلية الاتصالات داخل المنشأة لتحقيق أهدافها ومنها إقامة الروح المعنوية العالية للعاملين داخل المنشأة.

والاتصالات الداخلية تمتد عن طريق ثلاث قنوات هى الأوامر الصادرة من الإدارة العليا إلى المستويات الأقل منها، والأسلوب الذى سيتم به إصدار هذه الأوامر، والتقارير المرفوعة من أسفل خط السلطة إلى الإدارة العليا وتعبر عن إنجاز الأهداف فى كل جزء من المنشأة، ثم تلك الحقائق المتعلقة بالعمل والتى تمثل حافزا قويا للعاملين على إتقان العمل والحصول على التشجيع المعنوى والمادى المناسب.

سادسا: أنواع الاتصال وفقا لنظام السيطرة على المعلومات:

وفقا لدراسة ليفييت H. Leavit فى عام ١٩٥١ والتى حاول فيها دراسة بنية الشبكات الرئيسية للاتصال فى المنشآت وأساليب الاتصال والفعالية فى كل منها، وقد انتهى إلى طرق خمسة يتم عبرها تحديد طرق ترحيل الرسائل وأسلوب التعامل معهما فى حالة الاستقبال أو الإرسال داخل المنشآت. وكما هو

واضح فى الشكل التالى فإن هذه الشبكات أو الطرق الخمس هى:

الشكل التالى فإن هذه الشبكات أو الطرق الخمس هى:

وبتحليلنا لهذه الطرق أمكننا تقسيمها إلى نظامين لانتقال المعلومات داخل المنشآت هما:

١) النظام المركزى

٢) النظام اللامركزى

- **النظام المركزى للاتصال:**

ويشمل الشبكات أو الطرق الآتية:

إن بنية هذه الشبكة توحى بالمركزية فى اتصالها، وهذا يعنى ضرورة وجود شخص فى الوسط يتحكم فى إرسال واستقبال وتوجيه الرسائل الاتصالية لبقية الأعضاء فى الشبكة.

٢- شكل الواى:

وتعتبر شبكة الواى هذه أقل مركزية من العجلة، فهناك شخصيات يتميزون عن بقية أفراد الشبكة بحكم موقعهم فيها، والذى يتيح لهم قدرة كبيرة على الاتصال بأكثر من فرد فى وقت واحد والتحكم فى توجيه الرسائل.

- النظام اللامركزى للاتصال:

ويتضمن الشبكات الآتية:

١- الدائرة:

وهذه الشبكة تتميز من اسمها بخلوها من القائد المركزى، فجميع أفراد فى الشبكة يقومون بالاتصال وتنعدم فيها المركزية.

٢- السلسلة:

وتماثل هذه الشبكات فى بنيتها الدائرة، ولكن الشخص المتواجد فى الوسط يمكنه الاتصال مع اى شخص فى المنشأة فى آن واحد، أما البقية فيتساوون فى

أدوارهم الاتصالية، حيث إن كل فرد يمكنه الاتصال بالشخص المجاور له.

٣- النجمة (شبكة كل القنوات)

وتتشابه هذه الشبكة فى بنيتها مع الدائرة من ناحية تساوى الأفراد فيها، فى أدوار التأثير والسلطة التفاعلية مع الآخرين، إلا أنها تتميز على الدائرة بإمكانية اختيار الأفراد للاتصال بأى شخص موجود فى الشبكة بدون تحديد، فهناك فرصة اتصالية لجميع الأفراد فيما بينهم وعلى هذا فشبكات العجلة والواى تتسم بالمركزية

(فهناك شخص يتوسط عمق عملية التوصيل بين بقية الأفراد ويتحكم فى تمرير الرسائل)، أما الدائرة والنجمة والسلسة فتتميز باللامركزية بسبب عدم وجود أى فرد يتوسط نقاط تمرير الرسائل وتدفقها عبر الشبكة.

واختلاف بنية الشبكة من حيث مركزيتها أو لامركزيتها، يوشر بطبيعة الحال على نوعية المشكلات وأساليب التعامل الخاص بالجماعة المنتسبة للشبكة.

عناصر عملية الاتصال الإدارى:

العملية أى ظاهرة تتغير خلال فترة زمنيةوالاتصال كعملية يعنى أنه سلسلة من العمليات أو الأحداث المستمرة المتحركة دائما تجاه هدف أى أنه ليس كيانا جامدا أو ثابتا، ولكنه عملية ديناميكية أى يسير بشكل دائرى وليس خطيا، بمعنى أن المستقبل يتحول إلى مرسل والمرسل يصبح مستقبلاً ولا تنتهى العملية الاتصالية بوصول الرسالة إلى المتلقى مما يعنى استمرارية التفاعل بينهما، فضلا عن التفاعل الأساسى المقصود وهو تفاعل المستقبل مع الرسالة أو موضوع الاتصال.

وهذه العملية فى ضوء التعريفات المختلفة للاتصال تشتمل على ثمانى نقاط رئيسية هى: المرسل، الرسالة، الوسيلة، المستقبل، الأثر، التشويش. رجع الصدى والموقف الاتصالى:

معوقات الاتصال الفعال:

تتكون عملية الاتصال طبقا لما سبق أن بيناه من مراحل متعددة، وتوجد داخل هذه العناصر معوقات للاتصال ذكرها كثير من الباحثين متعددة ومعقدة، واحتمال الاخطاء أو الهفوات التى يحتمل أن تحدث فى كل منها يتسبب فى نشوء معنى أو معان غير مقصودة من الاتصال، وتنتج قدرا من سوء الفهم، ولضمان الفاعلية للاتصال فلابد من التعرف على هذه المعوقات لمحاولة تلافى تأثيراتها، ويمكننا تصنيف هذه المعوقات فى الجوانب الآتية:

١- خصائص المتلقى:

يتباين الأشخاص فى الاستجابة لنفس الرسالة لأسباب ودوافع شخصية مختلفة، منها التعليم والتجارب السابقة، وبناء على ذلك يختلف رد فعل شخصين من بيئتين مختلفين حول موضوع واحد، كما تؤثر الدوافع الشخصية فى فك رموز الرسالة وتفسيرها، فالموظف الذى يتميز بالحاجة القوية للتقدم فى المنظمة، ويتصف بالتفاؤل قد يفسر ابتسامة الرئيس المباشر وتعليقه العارض كمؤشر على أنه شخص محبوب وينتظر المكافأة، أما الشخص الذى يتصف بضعف الحاجة للتقدم وينزع للتشاؤم فقد يفسر نفس التعليق من المدير على أنه شىء عارض ولا علاقة له بأى موضوع.

٢- الإدراك الانتقائى:

حيث يتجه الناس إلى سماع جزء من الرسالة وإهمال المعلومات الأخرى لعدة أسباب منها الحاجة إلى تجنب حدة التناقض المعرفى، لذلك يتجه الناس إلى غض النظر عن المعلومات التى تتعارض مع المعتقدات التى رسخت فيهم من قبل، ويحدث الإدراك الانتقائى حينما يقوم المتلقى بتقويم طريقة الاتصال بما فى ذلك دور وشخصية وقيم ومزاج ودوافع المرسل.

٣- المشكلات اللغوية:

تعتبر اللغة من أبرز المجموعات المستخدمة فى الاتصال، بيد أن المشكل هنا تكمن فى أن كثيرًا من الكلمات الشائعة الاستخدام فى الاتصال تحمل معانى

مختلفة للأشخاص المختلفين، فقد تكون للكلمة عبارات ومعان متعددة بحيث تحمل تفسيرات مختلفة، أو تكون اللغة خاصة لمجموعة فنية معينة من الصعب على من هم خارج هذه المجموعة فهمها.

٤- ضغوط الوقت:

يشكو المديرون من أن الوقت هو أندر الموارد، ودائما يؤدى ضيق الوقت إلى تحريف المعلومات المتبادلة، ويعزى ضيق الوقت إلى اللجوء الى تقصير قنوات الاتصال الرسمية، كأن يصدر المدير أمرا شفويا لأحد الموظفين لإنجاز عمل معين بحجة انتهاء فترة الدوام، ومن ثم لا يسجل هذا الأمر فى السجلات الرسمية لتتحدد من خلاله المسئوليات، إضافة إلى أن الموظف بسبب ضيق الوقت قد ينفذ هذا الأمر بشكل لم يكن أصلا فى ذهن المدير.

٥- حجم المعلومات:

يتمثل ثانى المعوقات الرئيسية للاتصال فى الافراط فى مقدار المعلومات، ومن الشكاوى السائدة فى أوساط المديرين فى المنظمات أنهم غارقون فى المعلومات. فإذا ما تم الاهتمام بكل المعلومات فإن العمل الفعلى للمنظمة لن يؤدى مطلقا.

٦- مدى التعرض للاتصال:

ليس هناك ضمان بأن الرسالة الإعلامية ستصل إلى هدفها فربما لا تصل إلى الجمهور المعنى بسبب ضعف أو انعدام الوسيلة كصعوبة الإرسال الإذاعى فى الدول الشاسعة المساحات والتى تكثر فيها التضاريس، وقد لا تصل بسبب التعتيم السياسى لما يذاع وينشر فى دولة من الدول، وقد لا تصل مثلا لعدم قدرة الفرد المستلم على اقتناء وسائل الاتصال كالراديو والصحيفة والمجلة الأسبوعية.

٧- طبيعة الوسيلة الإعلامية:

لكى تصل إلى أى جمهور لابد من أن تستخدم وسيلة إعلامية معينة تكون مؤثرة وفعالة فى نقل الرسالة، وهذا الأمر يتطلب المعرفة الدقيقة بخصائص ومميزات وسائل الاتصال، وخصائص ومميزات الجمهور المعنى وطريقة تعامله

مع وسائل الاتصال والأنواع التى يستخدمها.

٨- التشويش

وبالإضافة إلى ما ذكرناه سابقا، تعتبر أى عناصر بيئية تعمل على تقييد قدرات الفرد على التركيز على عملية الاتصال تشويشا يمنع تحقيق اتصال فعال، مثال ذلك، الضوضاء وقد تكون نتيجة للبيئة المحيطة أو لضغوط العمل، والأصوات الضعيفة، ودرجة الحرارة المرتفعة، والروائح الكريهة وشبكات التليفونات الضعيفة كما تتمثل ضوضاء وضغوط العمل فى كثرة الاجتماعات وكثرة التقارير الواجب قراءتها.

٩- الإعلام المضاد:

إذا سلمت الرسالة الإعلامية من كل العقبات السابقة الذكر فربما لا تسلم من الإعلام المضاد والمعاكس لها، فهناك كما يقولون وجهان لكل عملة وجانبان لكل موضوع، فاذا قام إعلام مضاد أو معاكس أو منافس لفكرة ما أو سلعة ما أو خدمة ما فقد يكون فى حد ذاته عائقًا كبيرًا لوصول الرسالة إلى الجمهور وقبولها وقد يكون الإعلام المضاد دعاية جوفاء أو إشاعة مغرضة وعليه يلزم ان يتصدى لها خبير العلاقات العامة بالعلاج الحاسم إذا أراد لرسالته ان تصل بسلام ودون تشويش إلى الجمهور المعنى.

١٠- طبيعة الرسالة:

إن استلام الرسالة الإعلامية وقبولها ربما يصطدم بعدة عقبات، فكرة الرسالة ربما تكون صعبة ومعقدة ولا يسهل فهمها، أو ربما تكون صعبة التفسير عسيرة الشرح والتطبيق، أو ربما تكون الرسالة مختصرة للغاية مما يؤثر على شرح جزئياتها بتفصيل ساعد على فهمها، أو ربما تكون طويلة للغاية مما يجعلها تتطلب وقتا طويلا من القارئ المتعجل فيضطر إلى ترك قراءتها والاستعاضة عنها بمواد إعلامية أخرى.

ومن العيوب الأساسية الموجودة فى التليفزيون كوسيلة إعلامية أن الوقت المتاح

للبرامج الإعلامية فيه ضيق جدا ولايتيح فرصة واسعة للشرح والاستفاضة، لذلك فهو ليس وسيلة صالحة لتقديم المواضيع المعقدة والطويلة، كالصحف والمجلات مثلا.

١١- طبيعة الجمهور:

إن درجة ذكاء الجمهور واهتماماته وتعليمه وثقافته ربما تكون معوقا من معوقات الاتصال وحائلا دون استلام الرسالة الإعلامية، فإن قدرة الجماهير على استيعاب الرسالة الإعلامية تؤثر فيها عدة عوامل من أهمها العمر، والجنس والعرق والدين، وهى عوامل ينبغى أن يهتم بها خبراء العلاقات العامة عند التعامل مع الجماهير المختلفة.

١٢- اتجاهات الجمهور:

إن اتجاهات المستمعين والمشاهدين للرسالة الإعلامية لها أكبر أثر فى تلقى الرسالة، فالأفراد يتسمون بعدم المبالاة أو العناد والنفور والخوف من الأفكار الجديدة أو التعلق بالخرافة، كل هؤلاء معرضون بسبب اتجاهاتهم هذه لعدم الاستفادة من الرسائل الإعلامية التى ترد إليهم ولذلك لا يتم الاتصال الفعال معهم.

كما أن الانطباعات والآراء السابقة للجمهور (الخلفية العامة) تؤثر على هذا الفهم، فكثيرا ما يلاحظ أن الأفراد يتصرفون ويفهمون ما يريدون هم فهمه ومعرفته فقط بغض النظر عما هو قائم فعلا، وهذا يؤدى إلى تفسير الرسالة بصورة سلبية، وكذلك عندما تتعدد قنوات الاتصال بالجمهور يتم التلاعب بالرسالة فتحرفها أو تحول دون توصيلها فى الوقت المناسب وبالطبع كلما تعددت القنوات كلما زادت احتمالات التشويش.

وأيضا التباعد جغرافى بين المرسل والمستقبل، حيث يؤدى ذلك إلى احتمالات التأخير والإعاقة، صحيح أن التطورات التكنولوجية قد خفضت من هذه المشكلة إلا أنها تظل قائمة.

المبادئ الأساسية للاتصال الفعال:

لما كان الاتصال يمثل جوهر العاقات العامة وأحد الجوانب الأساسية فى العملية الإدارية، فإن كل مختص يضع لنفسه النظام الاتصالى الذى يراه مناسبا، ولهذا يعد الاتصال فنا شخصيا، وهذا الفن تلخص كما يقول لازوويل فى العناصر الآتية:

- من ؟
- يقول ماذا ؟
- عبر أى وسيلة ؟
- لمن ؟
- بأى تأثير ؟

وهذه العناصر الخمسة الأساسية توضح أن عملية الاتصال ما هى إلا إيصال فكرة أو مهارة من شخص لآخر بقصد التأثير عليه ويتوقف درجة هذا التأثير على مدى تجنب العوامل التى تعوق الاتصال الفعلى كما أشرنا سابقا وعلى توافر عوامل معينة لكل عنصر من العناصر الخمسة السابقة، ومن أهم هذه العوامل كما أوصت بها دراسات الاتصال.

- منها ما هو خاص بالمنشأة.
- ومنها ما هو موجه للممارسين.
- بالإضافة الى ضوابط عامة أخرى للاتصال الفعال.

(أ) وبالنسبة للمنشأة: فإنه لضمان الاتصال الفعال يلزم اتخاذ الاحتياطات الآتية:

- تحديد الأهداف الأساسية والفرعية للاتصال.
- زيادة فهم العاملين بإدارة العلاقات العامة لأهداف الاتصال وحقيقته وأهميته.

- زيادة مهارات اتصال العاملين فى استخدام وسائل الاتصال.
- تطوير أساليب الحصول على المعلومات ونظم حفظها.
- تخلية العاملين من الاتجاهات السالبة والعقد والمشكلات النفسية التى تعوق الاتصال الفعال.
- تقويم نتائج الاتصال.

(ب) بالنسبة لضمان الاتصال الفعلى للممارسين: فقد حددت جمعية إدارة الأعمال الأمريكية مبادىء أساسية للاتصال الفعال تضمن لكل من يعمل بها نظامل أوليا للاتصال الفعال وهى كما يأتى:

٤- حاول استيضاح آرائك قبل الاتصال:

تقضى تلك القاعدة بإلزام المرسل بتحليل موضوع الرسالة وتوضيح كل جوانبها قبل البدء فى الاتصال، أى أن يبدأ بالتفكير، وذلك لضمان وضوح الفكرة وتحديد وقعها على المستفيدين وتقدير مدى استجاباتهم لها من أجل تحقيق الهدف منها.

٥- تحقق من هدفك الفعلى فى الاتصال:

وهذا يقتضى مسئول العلاقات العامة ضرورة الإجابة عن مجموعة من التساؤلات حتى يستطيع تحديد هدفه النهائى، ومن ثم صياغة الرسالة وتحديد طريقة توصيلها للمستقبل وترتيب كيفية تنفيذ موضوع الاتصال وهذه الأسئلة هى:

- ما الذى ينبغى تحقيقه من الرسالة ؟
- هل يهدف إلى تقديم معلومات ؟
- هل يرمى الى تغيير اتجاهات شخص أو أشخاص آخرين.

٦- تذكر أثناء الاتصال الظروف الطبيعية والإنسانية:

ويقتضى ذلك اختيار الوقت المناسب للاتصال، فلا يتم الاتصال فى آخر دقيقة من ساعات العمل، أو فى الوقت الذى يبلغ منه الإجهاد والتعب أقصاه، كذلك مراعاة عدم مخالفة موضوع الاتصال للقيم والمبادىء والعايير الاجتماعية،

ومراعاة الظروف الطبيعية أيضا إلى جانب الظروف الاجتماعية والنفسية، فيتجنب الاتصال عند الضوضاء أو سوء الإضاءة، أو الحراة المرتفعة أو سوء التهوية.

٤- استشر الآخرين كلما أمكن فى تخطيط الاتصال:

فطالما أن موضوع الاتصال يمس الإدارة والعاملين والمجتمع، فلابد من الوقوف على آراء الجميع حتى إذا اقتنع الجميع بموضوع الاتصال كانوا أحرص الناس على الاستجابة له والعكس صحيح.

٥- اجعل نبرات صوتك ملائمة لموضوع الاتصال:

ويقتضى ذلك توفير كافة العوامل التى تساعد على جذب الانتباه للرسالة، وفى حالة الاتصال الشفهى مثلا يلتزم المرسل بأن يجعل نبرات صوته غير حادة عند استهلاك الرسالة، ويضغط على بعض الكلمات الرئيسية بالشكل الذى يوضح أهمية الرسالة ثم ينتقل إلى الجوهر ويختم الرسالة بعبارة ودية تنطوى على الاعتراف بالجهود المبذولة من العاملين من أجل تحقيق أهداف المنشأة.

٦- الاهتمام باحتياجات الجمهور:

ويعنى هذا المبدأ ألا يكون هدف الاتصال هو مجرد مطالب متواصلة فحسب، وإنما ينبغى من خلال تحقيق أهداف الإدارة تحقيق أهداف العاملين، فكلما حرص المرسل على تحقيق رغبات المستقبل كانت الاستجابة إيجابية من المستقبل وفى ظل هذا الأسلوب تتحقق مصالح المنشأة.

٧- متابعة الاتصال: -

الاتصال من اجل تحقيق هدف محدد أو بعض اهداف يحتاج إنجازها إلى عدة ساعات أو أيام وبالتالى ينبغى أن تكون هناك متابعة مستمرة حتى يتحقق الهدف من الاتصال.

٨- اتصل للمستقبل مثلما تتصل للحاضر:

ينبغى عند التخطيط الإدارى للواقع الحالى مراعاة ما ستكون عليه الإدارة

فى الغد، فإذا كان الاتصال فى الماضى يعتمد على الاتصالات الشفاهية والكتابية فإن التكنولوجيا قد أوجدت الكثير من الأدوات الإلكترونية وغيرها.

٩- تأكد من أن أفعالك تلائم اتصالك:

الاتصال قد يكون قولا أو سلوكاً، ومن الضرورى أن يتفق الفعل مع القول بمعنى أن التعليمات التى تقضى بعدم التدخين فى مكان العمل ينبغى أن يلتزم بها من أصدرها قبل من صدرت اليهم.

١٠- على المرسل والمستقبل ان يمارسا الإنصات:

فالإنصات من المهارات الأساسية فى العملية الاتصالية، وقد جرى العرف فى اجهزتنا الادارية على ان الذى ينصت أثناء الاتصال الرأسى هو الشخصى الأقل درجة فى السلم الوظيفى.

أما إذا كان الاتصال أفقيا فإن المرسل والمستقبل يندرجان معا بصورة تعوق بعض اجزاء العملية الاتصالية من الوصول الى اهدافها، فقد تحمل النبرات الصوتية التى يتم بها الاتصال من الإبلاغ أكثر من عملية الاتصال نفسها، ولهذا ينبغى أن ينصت المستقبل بطريقة غير سطحية. إذا أراد أن يفهم مكنون الرسالة فهما تاما.

فمجرد عدم الكلام لا يعتبر إنصاتا وإنما الانصات هو تجأوب مع المرسل محاولة فهم ما قاله، ولذلك يقال ان الانصات فن، ومادام الاتصال فن، فإن الإنصات والاتصال توأمان.

(ج) بالنسبة للضوابط الأخرى الضرورية للاتصال الفعال:

١- الاعداد الجيد :

ونقصد به الاستكشاف الجيد للمجال الذى سيتم فيه الإتصال، والتعرف على الجمهور، رغباته واتجاهاته وسلوكياته، ثم دراسة أفضل الطرق للاتصال به، وبحيث تكون الرسالة على أحسن ما يمكن، حتى يتم الاتصال المطلوب بالكيفية التى تقيم علاقات عامة جيدة، والإعداد الجيد يتطلب كفاءة عالية من القائمين به.

٢- الصراحة والوضوح:

أن يتم الاتصال على أساس من الصدق، وعدم تلفيق البيانات والتزام الحقيقة وعدم التحريف والمصارحة التامة مع الجمهور وكذلك الوضوح التام فى إرسال الرسالة بحيث يتحقق الإقناع، ولا يتاح مجال الشك أو الريبة فيما يقدم إلى الناس وتعتبر الصراحة والوضوح من أساسيات العمل فى المجال الإعلامى وفى إتمام الاتصالات الناجحة.

٣- اختيار الوسيلة المناسبة للاتصال:

ويجب على أخصائى العلاقات العامة أن يستعرض الوسائل المختلفة للاتصال ويختار من بينها أنسب الوسائل التى تصلح لإتمام الاتصال بنجاح، فقد تكون بعض الوسائل غير ملائمة لبعض عمليات الاتصال ليس بسببها، بل لأن الجمهور الذى تتصل به لا يستوعب هذه الوسيلة أو لا يستطيع أن يتجاوب معها، أو أن الوسيلة نفسها غير معلومة له. مثلا لا يمكن استخدام وسيلة كالجرائد اليومية والمجلات مع الجمهور الذى لا يعرف القراءة.

٤- الدراسة الجيدة للجمهور أو المرسل إليه:

ويجب لكى يتحقق الاتصال الجيد ان تجرى دراسة وثيقة للجمهور الذى سيتم الاتصال به، وإذا كان المطلوب الاتصال به فردا واحدًا أو عددًا محدودًا من الأفراد، فيجب أيضا دراسة طبائعهم وآرائهم واتجاهاتهم حتى يمكن الاتصال بهم بأنسب الوسائل وأقلها صعوبة بالنسبة لهم. ومثال ذلك عندما يكون الجمهور المراد الاتصال به من الشباب أو الأطفال فمن الأفضل اختيار وسائل تتلائم معهم ويستطيعون بقدر إمكانياتهم التجأوب مع الرسالة.

٥- تجنب الوقوع فى خطأ عفوى:

وبقدر الإمكان، يجب على أخصائيى العلاقات العامة، عند قيامهم بالاتصال ان يكونوا على حذر تام من الوقع فى خطأ عفوى غير مقدر مسبقا، وحتى إذا حدث هذا الحدث فيجب سرعة معالجته ووضع التصحيح اللازم بأسرع ما يمكن

حتى لا يحدث شىء غير مرغوب فيه.وفى عملية الاتصال قد يحدث رد فعل قوى إذا لم يعالج بحكمة وعقلانية، فقد يتحول الموقف إلى عكس ما رسم له الأخصائيون.

وهذا ما نريد أن ننبه إليه فى مجال العلاقات العامة، إن الدراسة الكافية، والمعلومات الصحيحة، والاهتمام الكافى باتمام الاتصال هى الدعائم التى تقلل من احتمالات الخطأ فى الإرسال.

٦- العوامل التنظيمية الإيجابية:

هناك العديد من العوامل التنظيمية التى لها تأثير أساسى على فاعلية الاتصال نذكر منها

أ- مركز الفرد فى التنظيم الهرمى:

لاشك أن مركز الفرد فى التنظيم الرسمى له صلة كبيرة بعملية الاتصال التى تتم داخل هذه التنظيم وهناك ثلاثة أبعاد لعملية الاتصال التنظيمى:

× تدفق الاتصال من أعلى إلى أسفل

× تدفق الاتصالات من أسفل إلى أعلى.

× تدفق الاتصالات بشكل أفقى فى المستويات التنظيمية المختلفة.

وقد نالت الاتصالات الأفقية والاتصالات التى تتدفق من أسفل إلى أعلى اهتماما قليلا فى الأوساط الإدارية، وقد نتج ذلك من النظرة الضيقة للمديرين الى عملية الاتصالات على أنها عبارة عن أوامر وتعليمات وسياسات صادرة من الإدارة العليا إلى مستوى تنظيمى اقل، كما ارتبطت هذه النظرة بالمعلومات والتقارير التى تعد من مستوى الإدارة المباشرة ويتم إرسالها إلى الإدارة فى المستويات التنظيمية العليا.

ب- زيادة فهم العاملين بحقيقة الاتصال وأهميته:

ويتحقق ذلك بنوعية العاملين بأهميته عن طريق البرامج التدريبية، ويرتفع

مستوى التدريب كلما ارتفع المستوى الوظيفى لأن العائد له تأثير على تيسير وتنشيط الاتصالات داخل المنشأة.

ج- إعادة تنظيم المنشأة بما يكفل تيسير وتنشيط الاتصالات:

من أهداف عملية تيسير الاتصالات وتبسيطها وتقصير قنواتها ما يلى:

- اختصار الوقت والجهد.
- زيادة عد المراكز التى تتخذ القرارات وتبادل المعلومات وتقصير خطوط الاتصال.
- تضييق نطاق الإشراف بإلغاء بعض المستويات الإدارية التى لا يحتاج إليها العمل.
- قرب الإدارات التى تتعامل مع بعضها من بعض لتسهيل الاتصال.

د- تطوير مهارات الاتصال داخل المنشاة وهى:

- مهارات التحدّث والكتابة والقراءة ومهارات الإنصات والتفكير بالنسبة للعاملين، وزيادة مهاراتهم فى استخدام وسائل الاتصال.
- تطوير نظم حفظ المعلومات فيجب أن يتوافر فى أى نظام لحفظ المعلومات والبيانات داخل المنشأة السهولة والبساطة والوفرة فى المال والجهد والاقتصاد فى المساحة المطلوبة لعملية الحفظ وتحقيق أمن وأمان المستندات والأوراق والأشرطة المتضمنة لهذه المعلومات والبيانات.
- الاتجاه نحو الديمقراطية القيادة، وهى تعنى شورى ومشاركة من جانب العاملين وتعرف على أفكارهم وآرائهم وهى تعنى أيضا اتصالات أنشط وأصدق، وأيسر وانخفاضا فى الإشاعات.
- تدعيم الثقة بين العاملين فى المنشأة وذلك يؤدى إلى تيسير الاتصالات وتقليل وقت الاتصالات، وفى ظل انعدام الثقة بين العاملين بعضهم ببعض وبين العاملين وأفراد الجمهور يكون هناك دائما اتصال مكتوب بمستند لإثبات أن

هناك اتصالا قد تم ولإثبات موضوع الاتصال.

● توعية العاملين بالفروق الفردية بين الأفراد.

● تخليص العاملين من العقد والمشكلات النفسية حتى لا تكون معوقا للاتصال الجيد.

● تدعيم شبكة الاتصالات غير الرسمية بأكبر قدر من الحقائق والمعلومات وذلك لتقليل الشائعات التى تزدهر فى ظل نقص المعلومات.

● تنشيط الاتصالات الأفقية، وذلك حتى يتمكن العاملون فى مستوى إدارى معين الاتصال ببعضهم البعض فى مختلف الإدارات، فهو يقلل من المشكلات التى يسببها مركزية التنظيم للاتصال من حيث الزيادة فى الوقت والجهد وكذلك لضمان التعاون بين إدارات المنشأة ومعرفة العاملين بالمنشأة بالعمل الذى يقوم به يحصل على إذن رئيسه قبل الاتصال بالإدارات الأخرى كما يجب أن يخطره بنتائج هذه الاتصالات الأفقية التى هو طرف فيها.

● تقييم نتائج الاتصال، وذلك للتأكد من تحقيق أهداف الاتصال أصلا وهذا التقويم هو المدخل لتطوير وتحسين الاتصالات مستقبلا.

أهمية الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة:

تحتل الوسائل مكانة مهمة بين عناصر عملية الاتصال للعلاقات العامة باعتبارها القناة التى يبلغ الخبير بواسطتها رسالة معينة إلى الجمهور لتحقيق أهدافه الاتصالية. ولهذا فإن التعرف على الوسيلة ومعرفة إمكاناتها وخصائصها واستخدماتها يعد أحد الجوانب الاستراتيجية التى تهم أى مسئول عن عملية الاتصال للعلاقات العامة.

فتحديد نوعية القناة التى سوف تستخدم يفيد فى معرفة التأثيرات التى تحدثها فى المستقل واتجاهاته وسلوكه. كما تفيد فى معرفة التأثيرات الخاصة

للوسائل على ما تنقله من رسائل، فلكل وسيلة بصماتها وتأثيراتها الواضحة على ما تنقله من رسائل، ولهذا فقد اعتبر مارشال ماكلوهان أن الوسيلة هى الرسالة. فلكل وسيلة طابعها ولغتها ورموزها وإيماءاتها، ولكل منها جمهورها الذى تعول عليه والذى يفهم لغتها ويمكنه تفسيرها فى يسر.

فضلا عن أن كل وسيلة تميل بطبيعتها إلى إبراز جوانب معينة من الرسالة، أو تلقى الضوء على زاوية معينة من الأفكار والمعلومات فيستقبل الجمهور الرسالة من زوايا تختلف باختلاف وسيلة الاتصال، وبهذا فإن الرسالة إذا ما تناقلتها عدة وسائل فى وقت واحد فإن هذا من شأنه ان يعطى صورة متكاملة ومن زوايا مختلفة ومتعددة للرسالة الأصلية.

كما أن طريقة المعالجة للرسالة تختلف باختلاف الوسيلة المستخدمة، فالموضوع الذى نقرؤه فى تقرير أو نرة يختلف عن الموضوع الذى نشاهده فى التليفزيون أو نسمعه فى الراديو، ومن ناحية أخرى فإن التحريف والتشويش الذى يطرأ على الرسالة يحدث بسبب سوء استخدام الوسيلة، أو لحدوث عيوب فنية على عملية الانتقال التى تقوم بها الوسيلة بين المرسل والمستقبل من اجل اتصال أفضل وأكثر فعالية.

ويفيد خبير العلاقات العامة من دراسته للرسائل للتمييز بين الوسيلة والمرسل، فكثيرا ما يكون التمييز بينهما عسيرا من وجهة نظر المستقبل والذى يخلط عادة بين المرسل والقناة باعتبارهما يمثلان معا مصدر الرسالة.

فضلا عن أن الوسائل تتحدد وفقا لطبيعة الرموز التى يبلغ بها المرسل رسائل بها رسالة معينة إلى المستقبل، وسواء أكان الرمز كلمة أم صورة أم إشارة أو حركة أم راية أم دلالات يحملها تصرف أو فعل معين، فلا بد له من وسيلة تعبر عنه وتحمله إلى المستقبل.

وتتعدد الوسائل الاتصالية فى مجال العلاقات العامة بتعدد هذه الرموز وتنوعها، وقد شهد العصر الحديث تقدما ملحوظا فى وسائل الاتصال، سواء من حيث الوفرة أو من حيث الفاعلية أو قلة التكاليف أو من حيث سهولة الاستخدام،

ومازالت هناك العديد من الدراسات والبحوث التى يجريها العلماء بهدف الوصول إلى وسائل أخرى جديدة.

وخبير العلاقات العامة هو المايسترو الذى يجمع فى يده كل هذه الوسائل، وعليه أن يختار أقواها أثرا بالنسبة لجمهوره ليعزف عليها ، وأن يعرف كيف يختار الوسائل المناسبة أيضا، وبحيث يكون النغم النهائى جميلا ومؤثرا، وبذلك يتمكن من أداء رسالته وتوفير الوقت والجهد والمال.

التخطيط لاختيار وسائل الاتصال المناسبة:

التخطيط لاختيار واستخدام الوسائل يشكل جزءا من النشاط التخطيطى للعلاقات العامة، ويهدف إلى تحقيق الاستخدام الأمثل لهذه الوسائل، بمعنى تحديد الوسائل المناسبة لكل استخدام، أى الوسيلة التى تحقق الغرض المطلوب بأكبر كفاية وبأقصى سرعة وبأقل تكاليف.

ويتخذ التخطيط لاختيار الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة عدة خطوات يمكن من خلالها الوسائل المناسبة وفقا لقدراتها الذاتية، وقدراتها على حل المشكلات القائمة، وتأثيرها فى الجماهير المستهدفة، وبالتالى تحقيقها الهدف المطلوب، وتتمثل هذه الخطوات فيما يأتى:

١- تحديد الفكرة:

سواء أكانت هذه الفكرة ترتبط ببرامج تدريب لزيادة الكفاءة الاتصالية للقائمين بالاتصال بالمنشأة، أم لزيادة وعى الجمهور الاتصالى، أو لتوعيتهم بشأن الأمن الصناعى،أو لإعلام العاملين بالخدمات الفنية والعلاجية التى توفرها المنشأة أم كان خاصًا بالخدمات والتسهيلات لعملاء المنشأة أم لعرض سياسات المنشأة واتجاهات الجمهور نحوها، أو لعرض برامج الاحتفالات بمناسبات معينة... إلخ

وهذه الأفكار تكون المضمون أو مادة الرسالة التى اختارها خبير العلاقات العامة لتعبر عن أهدافه. وقد نستخدم أكثر من شكل للتعبير عن الفكرة أو معنى، والمهم هنا أن تناسب وسيلة الاتصال الرسالة المطلوب توصيلها، أو الفكرة التى

تريد إيصالها إلى الجمهور، فلابد من الاهتمام باختيار الوسيلة المناسبة لطبيعة الفكرة.

٢- تحديد الأهداف:

ويعنى أن تحول الفكرة إلى هدف اتصالى محدد يدور حول حاجات الجمهور ويتركز فقط على أهداف المنشأة الاتصالية، ويساعد تحديد الأهداف على اختيار الوسيلة المناسبة، وعلى تحديد ما سوف تسهم به هذه الوسيلة من خلال تنظيم وترتيب وقدم الرسالة لتحقيق الهدف المحدد.

٣- مراعاة حاجات ومطالب الجمهور:

الجمهور عنصر أساسى للتخطيط الوسائل، وخبير العلاقات العامة الذى يفشل فى معرفة جمهوره، وخصائصه وأهدافه الاتصالية واحتياجاته يفشل بالتالى فى اختيار الوسيلة المناسبة للاتصال.

فالخصائص الخاصة بالجمهور مثل الحجم والسن والتوزيع الجغرافى والمستوى الثقافى والتعليمى والاجتماعى والمهنى، وكذلك الخصائص النفسية للجمهور وميوله وعاداته القرائية إلى غير ذلك من العوامل التى ستساعد خبير العلاقات العامة على اختيار الوسيلة الاتصالية المناسبة لتحديد الأهداف الموضوعة فى الوقت المحدد وبالإمكانيات المادية والبشرية المناسبة .

ولا شك أن اختيار وسيلة اتصال غير مناسبة سيؤدى إلى اتصال غير فعال مؤثر وبالتالى يفش الاتصال فى تحقيق أهدافه.

٤- مناسبة الوسيلة للقدرات الاتصالية للقائم بالاتصال:

يتوقف اختيار الوسيلة على مدى توافر المهارات والقدرات الاتصالية المتعلقة بالوسيلة لدى القائم بالاتصال، فخبير العلاقات العامة الذى يفتقد مهارات الاتصال الشخصى يكون من الأفضل له استخدام الوسائل المطبوعة أو المقروءة للاتصال الشخصى بجمهوره، وخبير العلاقات العامة بصفة عامة ينبغى

أن تتوافر لديه المهارة فى استخدام اللغة اللفظية سواء أكانت منطوقة أم مكتوبة وأن يكون ملما برسالته عارفا بكيفية تصميمها بطريقة تتناسب مع الوسيلة المستخدمة والجمهور المستقبل للوسيلة، وذلك ليتمكن من استخدام الوسائل المناسبة استخداما فعالا.

٥- الخصائص العامة للوسيلة:

يتحدد الاستخدام الأمثل للوسائل بالإضافة إلى العوامل السابقة بالخصائص العامة التى تتميز بها الوسائل، وبخاصة حينما يطابق خبير بالخصائص العامة بين هذه الخصائص العامة ومدى ملاءمتها للأهداف ومناسبتها للمضمون والجمهور وللموارد والطاقات وذلك على النحو الآتى:

* انتشار الوسيلة:

تعنى مدى قدرة الوسيلة على الانتشار وتغطيتها لقطاعات واسعة وتلبيتها لاحتياجات الفئات المختلفة من الجمهور، والطبقات المقصودة من الاتصال.

* سرعة الوسيلة:

وتعنى قدرة الوسيلة على توصيل رسالة خبير العلاقات العامة إلى الجمهور فى الوقت المطلوب.

وخبير العلاقات العامة يختار من هذه الوسائل ما يوافق غرضه، فلتحقيق الإعلام السريع يختار الإذاعة، ولمعالجة القضايا المعقدة والأفكار يختار الوسائل المطبوعة، ولإعطاء انطباعات دائمة ومستمرة ينشئ ناديا لخدمة شباب المجتمع المحلى أو مدرسة لتعليم أبنائه.

ويعنى الاستخدام المتكرر لوسيلة ما فى موضوع واحد، فبعض الوسائل كالملصقات تسمح بتكرار الغرض، فى حين أن وسائل أخرى كالمحاضرة والندوة مثلاً لا تعالج الرسالة إلا مرة واحدة رغم أهمية الأثر الموجه المستمر المتكرر.

● **التأثير المباشر:**

ويعنى المفاضلة بين الوسائل من حيث القدرة على مخاطبة الجمهور العام أو مخاطبة فئة مقصودة، فالتعرض الانتقائى يعنى الأخذ فى التقدير عدد الأشخاص الملائمين الذين تصل إليهم الوسيلة، خاصة وأن بعض برامج العلاقات العامة تهدف إلى التأثير على فئات خاصة.

● **مدى موضوعية الوسائل:**

أى ألا تتصف الوسيلة بطابع عنصرى أو سياسى أو دينى حتى لا يدفع التحيز الجمهور إلى الانصراف عنها وعدم الثقة بمحتواها.

● **العادات السمعية والبصرية:**

فلكل وسيلة جمهور معين، ولكل جمهور عادات سمعية وبصرية وقرائية، حيث تتفاوت قدرة الوسيلة على التأثير فى المستقبل بالنسبة لنوع الحواس المرتبطة بها.

● **مكانة الوسيلة:**

أى السمعة والشهرة والثقة التى تتمتع بها الوسيلة ومصداقيتها فهذه المكانة تؤثر على محتوى الوسيلة وما تقدمه من رسائل.

● **السيطرة على الوسيلة:**

فسهولة استعمال الوسيلة بيسر تكرار استخدامها، مثال ذلك صحيفة المنشأة، يستطيع الجمهور قراءتها فى الوقت الذى يفضلونه بخلاف المحاضرة فإنه لا يستطيع السيطرة على وقت التعرض.

● إمكانية اختيار الموقع:

كما هو بالنسبة لبعض الوسائل كالملصقات الخارجية، تسمح باختيار الموقع فيساعد هذا على مخاطبة جمهور معين، وهذا عامل مهم لإحداث الأثر الموجه المباشر.

٦- الاختيار المبدئى للوسيلة:

ويراعى خبير العلاقات العامة فى هذا الاختيار الخصائص المميزة لكل وسيلة على حدة فلكل وسيلة سماتها وإمكاناتها وأن يتصور مبدئيا حدود ما تسهم به كل وسيلة من الوسائل المختارة لتحقيق هدفه، وأن يتراوح فى الاختيار بين الوسائل الفردية والجماعية والجماهيرية.

وأن يكون الاختيار فى إطار تناسب التكلفة مع العائد المنتظر، أى أن يراعى ما يلى:

- أن تكون الوسيلة اقتصادية.
- وفى إطار الميزانية المحددة.
- وفى إطار ما هو متاح بالفعل.

مع مراعاة ضرورة أن يرتبط الاختيار:

- بوقت البرنامج: والتوقيتات المحددة لاستخدام الوسائل المختلفة.
- بنوع ومراحل تطور البرنامج.

ومن خلال تحليل المقومات السابقة يقترح المختص الوسائل الاتصالية المناسبة، ويقارنها بالوسائل الأخرى التى يمكن أن تصلح لتحقيق الأهداف نفسها، ولكن يأتى ترتيبها عند الاختيار فى مرتبة أقل.

ومن خلال ذلك يتحقق الخبير من سلامة اختياره للوسائل الاتصالية المناسبة لتحقيق أهداف برنامجه الاتصالى.

وليست هناك طريقة صحيحة أو طريقة خاطئة للوقوف أو التحرك لكن هناك مفاهيم مفيدة تنفع فى هذا السياق، ومن هذه المفاهيم مفهومان هما:

١- الوقوف منتصبا

٢- الميل بوزنك إلى الأمام

التعبيرات الصوتية:

إن صوت المتحدث يمد المستمع بكثير من المعلومات، فمن خلال الصوت يمكن معرفة المتحدث، وجنسه، وجنسيته، وسنه، وحجم جسمه، والمنطقة التى ينتمى إليها. كما أن الصوت يكشف عن اهتمامات المتحدث واتجاهاته، ومشاعره ومركزه الوظيفى، ومزاجه الشخصى من هدوء أو انفعال، أو مرح أو اكتئاب أو انبساط أو حياء وانطواء، كما يكشف عن الجماعة التى ينتمى إليها وعن مستواه الثقافى. ونتناول دراسة الصوت البشرى من عدة مجالات مثل طبقة الصوت وقوته، والإيقاع والتلعثم وسرعة الصوت، والوقفات. ويستخدم بعض هذه المجالات كمؤشر لاجتذاب انتباه المستمع واهتمامه، أو لتأكيد بعض الفقرات فى الحديث، ويوضح الصوت الحالة النفسية للمتحدث، فالشخص القلق يتعرض لوقفات عديدة أثناء الحديث فضلا عن أن فترة التوقف تكون طويلة نسبيا، ويعتبر الصوت أحد المتطلبات الرئيسية لإتقان مهارة التحدث، فلوضوح الكلمات، يتعرض المتحدث لوقفات عديدة أثناء الحديث، والسرعة المريحة من العوامل الضرورية لمهارة التحدث. وترتبط بالنواحى الفسيولوجية لجهاز النطق والحالة النفسية للمتحدث، إلا أنه يمكن تنميتها عن طريق الممارسة والتدريب. وهناك من التعبيرات الصوتية المألوفة التى نتعارف على معانيها على نطاق واسع كالضحك ، والتثاؤب، والأنين والصراخ، وصوت البكاء، وهناك كذلك التعبيرات الصوتية المقبولة كضحك الطفل، بينما هناك تعبيرات صوتية أخرى ترفضها المجتمعات المتقدمة كصوت الطعام أو ارتشاف السوائل وغيرها. وعلينا أن ندرك أهمية هذه التعبيرات الصوتية أثناء ممارسة الاتصال مع أشخاص ينتمون إلى ثقافات مختلفة؛ لأنها كثيرا ما تترك ردود فعل سيئة تجاه من يستخدم الأصوات غير المقبولة أو غير المتعارف عليها.

الزمن:

يعد الزمن من المتغيرات المهمة لمعظم الأفراد، ومؤشرًا غير لفظى يضيف للرسائل معانى متعددة، وتلعب الثقافة والفروق الفردية دورا مهمًا فى تناول الأفراد لأهمية الوقت، ومع ذلك فهناك بعدان جوهريان فى هذا الصدد وهما:

- الاهتمام بوقت أى نشاط

- التأكيد على درجة الخصوصية.

فبعض الأفراد يميل إلى وضع قيمة عالية لوقته، وبالتالى نلاحظ ذلك بوضوح عند ممارسته لعمله فى البدء والانتهاء وزمن الأداء كذلك يميل بعض الأفراد إلى وضع قيمة أكبر للخصوصية فى إدارة وقته وحياته.

ويرتبط الإحساس بقيمة الوقت بالثقافة المحيطة، فالثقافة الغربية تؤمن بالمحافظة على الوقت ويغلب عليها دقة الوقت ويغلب عليها دقة المواعيد، أما الثقافات التى تضطر إلى الانتظار طويلا لزرع البذور، واستكمال العمليات الزراعية الأخرى وحتى الحصاد، فالوقت عندها يكون مفتوحاً،وفى مجتمعنا كثيراً ما نجد من يقول لآخر " قابلنى بعد صلاة المغرب ".

إن الاختلافات فى تطبيق الوقت تمثل جزءًا كبيرًا من العلاقات المتداخلة بين الأفراد يمكن أن تنقل اختلافات فى المشاعر والأحاسيس، إن الاختلافات فى تطبيق الوقت تمثل جزءًا كبيرًا من العلاقات المتداخلة بين الأفراد يمكن أن تنقل اختلافات فى المشاعر والأحاسيس والاهتمامات فإذا طلب المدير من أحد مرءوسيه القيام بعمل معين خلال الأسبوع القادم. فالاحتمال الأكبر أن المرءوس يضع هذا الموضوع ضمن الموضوعات الأقل أهمية أما إذا قام المدير بتحديد الزمن قائلا: أريد هذا الموضوع منتهيا على مكتبى الساعة الثانية بعد الظهر يوم الخميس " فمن المؤكد أن المرءوس سيضع هذا الموضوع ضمن أكثر الموضوعات أولوية.

وعلى أية حال فإن إجادتنا لاستخدام اللغة غير اللفظية أو لغة الجسد يحدد مدى قدرتنا على الاتصال الفعال، كما يعكس مدى ثقتنا فى أنفسنا، المهم:

١- أن تكون أصيلا صادقا تعكس شخصيتك الحقيقية فى كل ظروف الاتصال.

٢- أن تفهم قواك الطبيعية وتستعملها فى الاتصال.

٣- أن تحول نقاط الضعف فى الاتصال إلى نقاط قوة.

٤- أن يكون لديك القدرة للتكليف مع مختلف الظروف.

ويلاحظ أننا نختلف عن بعضنا البعض، كل منا له نقاط قوته ونقاط ضعفه، وعلى الرغم من أن هذا المفهوم بسيط فإنه يحمل تعقيدا عندما نضع فى الاعتبار آلاف المعطيات فى عملية اتصالنا الشخصى، إن لدينا الكثير من إمكانات والقوة الطبيعية التى يمكن الاعتماد عليها، ولدينا مجالات نستطيع أن تحولها إلى قوة.

ورغم أهمية وسائل الاتصال غير اللفظى لخبير العلاقات العامة لنقل الكثير من الأفكار والآراء والمشاعر إلى أفراد جمهوره الداخلى والخارجى فإنه تصبح عديمة الجدوى مالم تتوافر لدى الخبير المهارات الاتصالية العالية والقدرة على استخدام هذه الوسائل ووسائل الاتصال الأخرى، والمزاوجة بينهما فى الاختيار، خاصة أننا عند التدقيق نجد أننا فى ميدان العلاقات العامة نحتاج بنفس القدر من الأهمية إلى كل من وسائل الاتصال غير اللفظية كالمقابلات والمحادثات والندوات والمؤتمرات...، ووسائل الاتصال غير اللفظية كالصور والرسوم والمجسمات والموسيقى، فهناك معان وأفكار وإحساسات يصعب نقلها بوسائل الاتصال اللفظية، كما أن الفصل بينهما فى كثير أيضا والحركة وتعبيرات الوجه وهى وسائل غير لفظية لنقل معان وانفعالات أخرى، وكذلك الصور والرسوم، وسائل غير لفظية لكنها تحتاج الى كلمات قليلة، أى وسائل رمزية لنقل أفكار مهمة وضرورية لتكملة ما تتضمنه الصور من معان وأحاسيس، فنحن نحتاج إلى أكثر من وسيلة للموقف الاتصالى الواحد لنقل أفكارنا ومشاعرنا.

وفيما يلى عرض لبعض السلوكيات غير اللفظية ومعناها فى عملية الاتصال:

السلوك غير اللفظى	معناها فى عملية الاتصال
رفع الرأس وخفضه	الموافقة والرضا
الابتسامة	الارتياح أو الرضا أو الموافقة
الضغط على الأسنان	التوتر والعصبية
قضم الشفاه	العصبية أو الغضب أوالضيق
رفع الحواجب	المفاجأة أو الدهشة
رفع الحواجب مع تحريك الشفاه أوالكتف	المفاجأة أو الدهشة مع التعجب
فتح الفم قليلا	الخوف والرهبة
الانحناء للأمام	الاهتمام والعناية والانتباه
حركة مستمرة مع الكرسى	القلق والسأم والتعب
الانتصاب والاعتدال مع الوقوف والجلوس	الثقة بالنفس
فتح الفم بدرجة كبيرة مع وضع السبابة عليها	عدم التصديق والاستغراب
التثاؤب	الملل والضجر
وضع اليد على الخد	الضجر والسأم
تثبيت الأيدى وراء الرأس والجلسة باسترخاء إلى الوراء	السيادة والتفوق
الأيدى المتصالبة	التحفز والترقب والدفاع

أهمية الاتصال الكتابى للعلاقات العامة:

الرسالة هى المضمون والمحتوى الذى ينقله المصدر إلى المستقبل من خلال الوسيلة، وهى عبارة عن رموز لغوية أو مصورة، وتتكون من هذه النتاج الفعلى لخبير العلاقات العامة الذى يضع فكره فى رموز، وتتكون الرسالة عامة من الرموز. ومشكلتنا الرئيسية تنحصر فى: كيفية التعامل مع هذه الرموز، وفى أن نستعمل رموزنا استعمالا صحيحا.

والكتابة للإدارة عامة وللعلاقات العامة خاصة تعد من أكثر الأساليب استخداما ويمكن تعريفها بأنها الاتصال الذى يتم بين الإدارات أو أقسام المنظمة وبينهما وبين الأفراد والجهات الأخرى عن طريق الرموز اللغوية وبذلك فإن وسائل الاتصال الإدارى الكتابى هى الوسائل التى تعتمد على الرموز اللغوية فى توصيل ما تريد الجهة الإدارية نقله إلى جمهورها الداخلى أو الخارجى من:

× توجيهات محددة حول تعليمات أو مهمات أو حول أداء العمل.

× معلومات مصممة لتحقيق الفهم للمهمة وعلاقتها بمهام المنظمة الأخرى.

× معلومات حول إجراءات المؤسسة وممارسيها وتتضمن سياسات وقوانين ولوائح خاصة بالمؤسسة أو المنظمة.

× رجع الصدى إلى المرءوسين فيما يتعلق بأداء عملهم.

× وسائل دعاية مصممة بهدف تحفيز المسئولين وجعلهم يشعرون بالالتزام نحو أهداف المنظمة.

× مشاعر وميول واتجاهات وآراء وأفكار وآمال وتطلعات.

مميزات الاتصال الكتابى: -

يتميز الاتصال الكتابى الإدارى بمجموعة من المميزات هى:

- العمل على نقل المعلومة المطلوبة إلى عدد كبير من الأفراد.

- توثيق عملية الاتصال بمعنى أنه يساعد على الرجوع إلى المعلومات وقت الحاجة. وبشكل سريع كما يتيح فرصة الحفظ لمدد طويلة.

- يسمح بتوصيل جميع المعلومات المراد إيصالها سواء كانت تعلمات أو أوامر أو بيانات أو إحصاءات إلخ وتقديمها بصورة تفصيلية بفاعلية إلى أفراد الجمهور المقصود.

- أقل عرضة للتغير والتبديل.

- يتيح للمستقبل الوقت الكافى للدراسة والفهم.

وفى إطار المراحل الاتصالية المتصلة بالرسالة الإعلامية توجد اعتبارات أساسية لضمان فاعلية الاتصال فى العلاقات العامة، وتتوقف عليها درجة تأثير الرسالة وقدرتها على الإقناع.

وهذه الاعتبارات أو العوامل هى:

أولا اعتبارات عامة بمحتوى الرسالة الإعلامية، وتشمل:

- عوامل متعلقة بالنمط العام العام للرسالة الإعلامية.
- عوامل متعلقة ببناء الرسالة أفقيا.
- عوامل متعلقة بالبناء الرأسى.

ثانيا - اعتبارات متعلقة بالرسالة الإعلامية ذاتها.

ثالثا - اعتبارات متعلقة بالظروف المحيطة بالرسالة الإعلامية.

أولا - الاعتبارات العامة المتعلقة بالمحتوى:

١- عوامل متعلقة بالنمط أو المظهر العام للرسالة وهى:

- استعمال الألفاظ أو الرموز التى يستطيع المستقبل فهمها والتجاوب معها، اما الارتفاع فوق المستقبل أو الهبوط دون مستواه فإنه يفسد عملية التناغم، ولهذا يجب أن نتعرف على الإطار الدلالى لجمهور المستقبلين لتقديم رسالة تتفاعل مع الجمهور فى نطاق هذا الإطار نفسه.
- أن تتوافر للرسالة من حيث الإعداد المقومات الفنية التى تساعد على زيادة فاعليتها، وفى هذا الإطار ينصح علماء اللغة بضرورة الالتزام بمجموعة من الضوابط الخاصة ببناء الرسالة الإعلامية سواء أكانت خبرا أم مقالا أم تحقيقاً صحفيا أم خطبة أم حديثاً وتهدف إلى تقديم معلومات محددة من خلالها إلى القارئ.
- وفى إطار هذه الضوابط يحلل العلماء الرسالة الإعلامية إلى عناصرها الأولية وهى: الكلمة ـ الجملة ـ الفقرة، كما يقومون من البناء الرأسى

بتقسيمها إلى عنوان ومقدمة وجسم وخاتمة يضعون ضوابط خاصة لكل عنصر منها ينبغى أن يحرص القائم بالاتصال على توافرها لرسائله.

ت - عوامل متعلقة بالبناء الأفقى للرسالة الإعلامية وتشمل:

١- الكلمة:

فبالنسبة للكلمات والألفاظ التى يستخدمها أخصائى العلاقات العامة للتعبير عن أفكاره ينبغى أن يلاحظ الآتى:

- تجنب استخدام الكلمات التى تعطى أكثر من معنى.
- تجنب الكلمات المعقدة والصعبة وغير الصحيحة الاشتقاق.
- تجنب استخدام المصطلحات غير الواضحة أو غير الشائعة وكذلك الكلمات المجهولة لغالبية القراء وغير الفصيحة.
- تجنب استخدام الكلمات الزائدة كأدوات التعريف التى لا لزوم لها، والصفات وظروف المكان والزمان وأحرف الإضافة وحروف الربط التى لا ضرورة لها وأيضا الكلمات المكررة دون الهدف.
- تجنب استخدام أفعال التفضيل والجمع المركب، فالطريق تجمع على طرق لا طرقات.
- استعمال التثنية فى مواضعها الصحيحة، فمن الخطأ سار على أقدامه والأصلح سار على قدميه.
- تجنب الكلمات التى لاتتناسب مع نوعية المادة التجريبية وإدراك القراء.
- استخدام الكلمات التى تتناسب مع بعضها دون تضاد أو تنافر
- استخدام الكلمات المعروفة الشائعة مثل الديمقراطية والاستراتيجية.
- تجنب استخدام الالفاظ البراقة التى تستخدم لتهوش القارئ، والكلمات التى قد ينخدع بها القارئ عن التفكير أو المطالبة بالأدلة والبراهين.

● تجنب استخدام الألفاظ المجازية التى تعطى معانى لا يريد الكاتب إظهارها بصراحة.

٢- العبارة أو الجملة:

تنطوى كلمة "عبارة " على معنى العبور أو الانتقال من مرسل يرسل العبارة إلى مستقبل ويفسرها، وهذه هى السمة الرئيسية للاتصال، حيث تتجسد المعانى والأفكار فى صور أو ألفاظ أو أفعال وتطلق على العبارة كلمة الجملة، وهى مجموعة من الكلمات توضع معاً لتعطى معنى كاملا، ولهذا فهى أصغر وحدة تعنى معنى مفيداً، كما أنه من تحليلها نستطيع أن نكشف عن أفكار الكاتب ونحدد مدى دقتها ونكشف عن شخصيته وسلوكه ومزاجه وعواطفه وتكوينه الثقافى والنفسى وأهدافه من الاتصال. وتتراوح الجملة من حيث طولها، ولا يمكننا تحديد أيهما الأفضل الجملة القصيرة أم الطويلة، فالجمل القصيرة لها مساوئها، فهى لا تسمح بالشرح والتفصيل، كما أنها رتيبة مملة فى الفقرات الطويلة وتفتقر إلى الوقار، وإذا أفرطت فى القصر كانت غامضة وغير مفهومة كأسلوب البرقيات، وقد يفضل القارئ العادى الجمل القصيرة عادة، وعندما يتطلب الموضوع معالجة عاطفية فإن استخدام الجمل القصيرة وعلامات الاستفهام والتعجب يعطى تأثيراً أكبر فى النفس عن الجمل المتكاملة؛ لأنها توحى بالمشاعر القوية، فالناس عندما ينفعلون يعبرون عن أفكارهم بكلمات متقطعة هى أجزاء من جملة.

أما المجالات الجدلية التى تتصل بالعقل وبالجوانب العميقة الجذور كالمعتقدات والعبادات فإن الجملة الواضحة والمحددة والطويلة أفضل، وخاصة إذا كانت المعالجة تجرى على الأسلوب المنطقى، ولذلك تعد الجملة الطويلة أفضل فى تحرير هذه المجالات.

وعلى أية حال فإن جملة فإن من حيث المستوى اللغوى تمثل تركيبا من عدة كلمات مرتبة ترتيبا منطقيا يعطى المعنى الذى يقصده الكاتب أو المحرر، وإذا تغير ترتيب هذه الوحدات تغير المعنى المقصود أو لم يعد المعنى واضحا، وهى تتكون نحويا من فعل وفاعل ومكملات، أو من مبتدأ وخبر، ومنها ما هو بسيط

ومنها ما هو مركب، منها ما هو قصير ومنها ما هو طويل، منها ما هو ناقص ومنها ما هو تام، وهذه كلها حسب نوع الكتابة، بل وتختلف من كاتب لآخر، ومن محرر لآخر، وتختلف وفق مراحل العمر والتجارب والخبرات والمستوى الثقافى.

ولذلك كانت الجملة الوحدة الأولية الأساسية للتعبير عن الفكرة، ولا يكون التعبير عن الأفكار سليما إلا بسلامة تركيبها، وتمثل كذلك التعبير الملائم عن الوحدات التى تتكون منها عناصر الفكرة الأساسية والفرعية.

وحتى تحقق الجملة وظائفها الاتصالية ينبغى أن يتوافر لها مجموعة محددة من الشروط هى:

- صحتها من زاوية قواعد اللغة العربية.
- تماسك الكلمات والروابط والأدوات والأسماء المكونة لنسيجها.
- عدم تكرار كلمة واحدة فى عبارة دون ضرورة لذلك.
- الإيجاز والتقصير فلا يزيد فى معظم الأحوال عن عشر كلمات ولا تتضمن إلا الكلمات الضرورية فقط.
- عدم التشابه فى حروف كلماتها أو تكرار الحروف نفسها بدرجة ملحوظة بين كلمة وأخرى.
- الوضوح التام بأن تكون سهلة الإدراك والفهم للقارئ.
- ارتباطها بالفكرة الأساسية أو ما يتفرع عنها، وأن تضيف كل عبارة جديداً.
- جذابة رصينة وقوية فى التعبير عن المقصود، وعن المعنى المناسب فقط فعدم الدقة يؤدى إلى الغموض.
- إذا فهمت الجملة أو الفقرة من السياق فليس هناك داع للتكرار. لا تذكر الحقائق المعروفة فهى تشغل مكانا وتضايق القراء.
- استخدام المبنى للمعلوم بدلا من المبنى للمجهول والأسلوب المباشر أفضل من الأسلوب غير المباشر، وتجنب الإكثار من أفعال الكينونة للحصول على الدقة والقوة.

- ألا تحتوى الجملة إلا على فكرة واحدة فقط ومتكاملة

٣- الفقرة:

ومن مجموع الجمل تتكون الفقرة، ومن مجموع الفقرات يتكون المقال أو الموضوع، وأهميتها ترجع إلى أنها تساعد القارئ على القفز عبر تدفق الأفكار، وينبغى أن يتدرب خبراء العلاقات العامة على كتابة الفقرات القصيرة، وتجنب الفقرات الطويلة ما لم يكن ذلك مقصودا لإحداث تأثير معين، فأحيانا الفقرة الطويلة ينبغى ألا يزيد طولها على كلمة أو عن أربع جمل، وأحيانا تكون الفقرة جملة واحدة طويلة.

ويلاحظ بالنسبة للفقرة ما يأتى:

- أن تتناسب لغتها الصحيحة نحوا وأسلوبا مع طابع المادة التى تتناولها وخاصة إذا كانت من المواد العلمية أو العسكرية أو الاقتصادية أو السياسية وغيرها من المواد التخصصية.
- أن يكون طولها مناسبا لما تحتويه من مضمون، ومناسبا لطول المادة التى تمثل جزءا منها.
- أن يحس القارئ بمطالعتها أنها قدمت له فائدة ما، إعلامية أو تفسيرية أو توجيهية.
- أن تتضمن كل فقرة جديدا عما قدمته الفقرة السابقة
- أن تكون مستقلة بمضمون ما، أو بفكرة ما حسب نوع المضمون.
- أن تكون واضحة ومفهومة وسليمة.
- ألا يحدث الاختلاف أو التناقض أو التعارض بين عباراتها وكلماتها أو بين جزئيات الفكرة التى تتناولها وبين عناصرها المختلفة.
- ألا تكون قصيرة إلى الحد الذى يجعلها لا تعبر عن المعنى المقصود. أن تكون

عباراتها وكلماتها مترابطة ومتماسكة.

- أن يقل بقدر الإمكان بين ثناياها استخدام عبارات الربط والعلامات الدالة على استفهام أو التعجب ما لم تكن هناك حاجة فعلية إلى ذلك.
- تقديم الأمثلة التى توضح المعنى الذى يقصده الكاتب.
- أن تبدو الرسالة باعتبارها صادرة عن مصدر محدد.
- أن توضح أن المصدر لديه معرفة ودراية بالشئ الذى يتناوله.
- أن تستخدم المقارنات التى تساعد على الوضوح.
- أن تتسم بالتنوع فى استخدام أشكال التأكيد والأساليب البلاغية المناسبة كالجناس والطباق والاستعارة والكناية وأساليب التقديم والتأخير والتعجب والتساؤل وذلك بطرح أسئلة والإجابة عليها، أو ما يسمى بالأسلوب الاستدلالى وكذلك أيضا استخدام الأسلوب الاستفسارى بعرض الحقائق ثم تفسيرها، وغير ذلك من الأساليب التى تشوق القارئ وتحفزه للاطلاع على محتوى الرسالة.
- أن تصمم الرسالة بطريقة تتفق وشكل الاتصال المستخدم فإذا صيغت المادة فى شكل مقالة، فهناك الضوابط الخاصة بتحرير المقال بالنسبة للمقدمة،والجسم والخاتمة، وإذا قدمت الرسالة فى شكل إخبارى روعيت شروط تحرير الأخبار والأسس الفنية لاختيار الأخبار.

وفى هذا المجال نلاحظ أن كثيرا من الأخبار المتعلقة بالعلاقات العامة تفشل لعدم الالتزام بهذه الضوابط، فقد تكون قديمة أو غير واضحة المصدر أو غير وافية أو رديئة الصياغة أو تتضمن عبارات إنشائية غير محددة أو ادعاءات أو غير ثابتة، وكثيرا ما تكون غير واضحة الهدف أو غير متناسبة مع الوقت المحدد لها، أو من حيث التشوق لمعرفتها والفائدة منها، فالرسالة التى تقدم فى الوقت المناسب وبالسرعة المطلوبة تضمن لأعضاء التنظيم المعرفة الكاملة بكل ما يدور أولاً بأول.

ج - عوامل متعلقة بالبناء الرأسى للرسالة الإعلامية:

يتكون الهيكل العام للرسالة من عدة أجزاء أو عناصر هى العنوان والمقدمة والجسم والخاتمة وتختلف اشكال الاتصال الكتابى الإدارى من حيث احتياجاتها إلى كل أو بعض هذه العناصر، فالرسالة أو الخطاب يتكون من جسم ومقدمة وخاتمة وليس له عنوان، والمذكرة تتكون من جسم وعنوان وليس لها مقدمة تمهيدية، بينما التقرير والمقال والكتيبات وأنماط تحريرية أخرى كالتحقيق والحديث الصحفى لها عنوان مقدمة وجسم وخاتمة.

المهم أنه طبقا لاحتياجات الشكل الإدارى يتم تلبية متطلباته البنائية مع ملاحظة استيفاء الشروط الأساسية لصياغة كل عنصر من هذه العناصر لضمان تحقيق التأثير المطلوب.

١- العنوان: وهو مجموعة الكلمات التى تأتى أعلى النص وتدل على محتواه وينبغى أن يتسم:

- بالاختصار والوضوح والاتصال بالموضوع والإدارة.

- أن يتفق من حيث نوعه مع نوعية المضمون وهدف الكاتب وهو على أنواع عديدة، العنوان المختصر أو العنوان التقريرى، ويمثل أغلب العناوين الإدارية المستخدمة وبخاصة للتقارير والمذكرات وهناك بالإضافة إلى ذلك عناوين أخرى تستخدم فى باقى أشكال الاتصال الإدارى وهى العنوان المبرز لزاوية والعنوان التوضيحى والعنوان الوصفى وعناوين التساؤل والمقارنة وعنوان الجملة التوجيهية المباشرة.

٢- المقدمة: وهى مدخل الموضوع الذى يثير الانتباه إلى أهمية المضمون، وهى عبارة عن مادة تحريرية قصيرة وتلى العنوان مباشرة وترتبط ارتباطا وثيقا بنوع المضمون وهى على أنواع عدة، ومنها مقدمة التباين والتساؤل والوصف والحوار والجملة المقتبسة والمقدمة المختصرة والمقارنة والخبرية والتاريخية.

ويشترط الموافقة بين نوع المقدمة ونوع العنوان المستخدم، وعندما تصمم المقدمة يجب أن تتضمن أحد النقاط الآتية:

- عرض فكرة مثيرة لاهتمام القارئ.
- طرح قضية مهمة تمس مصالح القراء.
- إبراز خبر مهمة يشغل الجمهور.
- وصف مشكلة خطيرة حديث العاملين.

أما الهدف من المقدمة فهو تهيئة ذهن القارئ لموضوع المتن أو إعادة تذكير القارىء بموضوعات وأحداث شائعة أو جذب الانتباه إلى باقى المادة.

٣- الصلب: وهو الجزء الذى يحتوى على المادة الجوهرية للشكل الكتابى، ويحتوى على:

- البيانات والمعلومات والحقائق.
- الأدلة والحجج والأسانيد التى تؤيد وجهة نظر الكاتب.
- الخلفية التاريخية للموضوع.
- أبعاد الموضوع المختلفة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية.

وتهدف إشباع رغبة القارئ فى الحصول على المعلومات وإقناعه بالموقف الذى يريده الكاتب أو معد الموضوع.

تعريف الاتصال الفعال للعلاقات العامة :

الاتصال الفعال هو الوسيلة التى بها تضمن المنظمة جودة مناخ العمل والعلاقات داخل المنظمة وخارجها، ومن خلال الاتصال الفعال تستطيع المنظمة أيضا توفير واستثمار المعلومات، ومن ثم تضمن جودة القرارات فى كافة عناصر عملية الإدارة وكذلك فى جميع وظائف وأنشطة المنظمة.

والاتصال هو ما يحقق الربط أو التواصل بين أفراد المنظمة بعضهم البعض، وكذلك ييسر ويفعل العلاقات بين المنظمات بعضها البعض، وأيضا لا غنى عنه لأية منظمة فى علاقتها مع الظروف الخارجية التى تتعامل معها من عملاء وموردين ومقاولين وأجهزة حكومية رسمية ومؤسسات مدنية وجماعات غير رسمية.

وعلى مستوى المنظمة يستحيل أن تمارس أنشطتها وتتخذ قراراتها وكذلك يستحيل على وحدتها أن تقوم بمهامها وان تنجز أعمالها وتحقق أهدافها دون عملية اتصال متكاملة وفعالة. وهذا ما يدفعنا إلى القول بأن:

الاتصال هو البنية التحتية لمارسة المنظمة لأنشطتها وممارسة الإدارة لوظائفها.

وعملية الاتصال هذه يفترض ألا تتم بصورة عشوائية، وليس من المتوقع أن تكون عملية بسيطة وميسرة وإنما هى عملية واسعة النطاق ومركبة ومتداخلة، ولذلك يجب أن تتم وفق أسس وقواعد وأنظمة ومبادئ محددة كما أنها تحتاج إلى انظمة وسياسات وأدوات ومهارات متنوعة، وفى مقدمة كل ذلك، من الأهمية أن يكون واضحا لدى الدارس والممارس مفهوم وخصائص عملية الاتصال

- الاتصالات الإدارية هى عملية تدفق المعلومات فى المنظمة، وكذلك تبادل المعلومات بين شخصين أو أكثر فى المنظمة وذلك بقصد تحويل المعانى إلى الآخرين وعادة ما يضاف إلى هذا التعريف اصطلاح " المقصود " ليكون الاتصال هو تحويل المعانى المقصودة إلى الآخرين، حيث يكون المرسل إليه لديه مفاهيم مخددة يريد تحويلها إلى المرسل إليه لكى يقوم الأخير بتفسيرها بنفس المعنى الذى قصده المرسل ليحدث اتفاق فى المعنى بينهما.

ثالثا دور الاتصال فى نجاح المنظمات:

١- فعالية التنظيم الإدارى جودة الاتصالات الإدارية:

تشير الشواهد العلمية فى المنظمات إلى أن الفروق الجوهرية بين المنظمات الناجحة والأخرى المتعثرة أو الفاشلة، لا تتمثل فى نقص الموارد والإمكانيات أو ندرتها، ولا تتمثل بدرجة أساسية فى مدى ملاءمة التنظيم الإدارى للمنظمة ذلك أن الدراسات التطبيقية والبحوث الميدانية تشير إلى أن جودة الاتصالات الإدارية تعد أحد أهم محددات الفعالية والنجاح.

وأصبح من المتعارف عليه أن أحد أهم التحديات الأساسية أمام المنظمات المعاصرة والتى تعمل فى بيئية على درجة عالية من التركيب والتعقيد والتغير أن يكون لديها أنظمة اتصال تمكن المنظمة من الاستثمار الأفضل لمواردها. حيث إنه من خلال جودة الاتصال تستطيع المنظمة خلق مناخ عمل يمكن الأفراد من ممارسة مهامهم بكفاءة واستمتاع، وينمى لديهم الرغبة والقدرة على التعاون والإبداع والابتكار والتحديث والتطوير.

وإذا أخذنا المفهوم البسيط للتنظيم على اعتباره الإطار أو البناء الذى من خلاله يتم تحديد من يقوم ؟ وبماذا يقوم؟ وكيف يؤديه؟ ومع من يعمل لإنجازه؟ يتضح للقارئ أن الإجابة على هذه التساؤلات تستلزم القول بضرورة تأسيس علاقات متداخلة متشابكة متبادلة بين أفراد المنظمة، بل بين المنظمة وجميع الأطراف ذات العلاقة فى البيئة الخارجية للمنظمة، ومن الطبيعى أن يدرك القارئ أن ذلك لن يتحقق إلا من خلال عمليات اتصال وتواصل فعال.

ويعنى ما سبق أن كفاءة التنظيم الإدارى فى استخدام الموارد والإمكانيات وفعاليته فى تحقيق أهدافه تتوقف على جودة عمليات الاتصال فى المنظمة وعلى سبيل التفصيل نوضح ما يلى:

(١) توجد أسس مختلفة لإعداد التظيم الإدارى، ويتم المفاضلة بين هذه الأسس وفق معايير محددة، وتعد عملية الاتصال أحد المعايير الرئيسية التى تستخدم فى المفاضلة بين أسس التنظيم الملائمة لنشاط المنظمة ورسالتها وأهدافها.

(٢) توجد مداخل متعددة لبناء الهيكل التنظيمى، ولكل نوع من أنواع الهياكل الإدارية والعلاقات الأفقية بين الأنشطة والوحدات التنظيمية، ويتوقف تفعيل هذه العلاقات، ومن ثم فعالية الهيكل التنظيمى على اعتبارات متعددة من أهمها أشكال وقنوات وأدوات الاتصال فى المنظمة.

(٣) من مؤشرات فعالية التنظيم الإدارى أن يتمكن أفراد المنظمة من القيام بمهامهم وتحمل مسئولياتهم وممارسة صلاحياتهم الواردة فى الوصف الوظيفى لوظائف المنظمة، والتحدى الذى يواجه المنظمات فى هذا الشأن أن

يتم ذلك مع درجة عالية من التنسيق والتعاون، وتجنب أسباب التداخل أو النزاع أو الصراع بين أفراد المنظمة. ومن المتعارف عليه أن ذلك يستحيل تحقيقه دون اتصال فعال داخل المنظمة وبين المنظمة والأطراف الخارجية ذات العلاقة.

(٤) تتحدد فعالية التنظيم الإدارى بمدى قدرته على بناء مناخ عمل صحى به قدر مستهدف من التنافس، ودرجة كافية من الحرص على تحقيق التميز، واستعداد قوى الإبداع والابتكار الجماعى وتفعيل أدوار فرق العمل وتنمية الرقابة الذاتية لدى أفراد المنظمة ومن المتعارف عليه أن بناء وتفعيل مثل هذا المناخ التنظيمى الفعال أو مناخ العمل الصحى لا يتحقق دون اتصال فعال وتواصل مستمر بين أفراد المنظمة.

(٥) تشير العديد من الدراسات التطبيقية إلى أن أهم مؤشرات عدم فعالية التنظيم الإدارى تتمثل فى تباطؤ وتأخير إنجاز المهام وتكرار الأخطاء وإهدار الموارد، ومنها الوقت، ووجود غموض فى تحديد المسئولية عن هذا التأخير أو التقصير أو الإهدار وتؤكد الدراسات بأن هذه المؤشرات وغيرها ترجع فى معظم الحالات إلى عدم جودة الاتصال داخل المنظمة، الذى يترتب عليه عادة عدم فهم الأهداف والقرارات والأوامر والتعليمات أو سوء تفسيرها، وينتج عنه أيضا كفاءة تبادل المعلومات ومتابعة الإنجازات وإعداد التقارير ورفعها، وينتج عنها تأخر عدم اكتشاف الأخطاء وتصحيحها، وغير ذلك من توابع عدم جودة الاتصال فى المنظمة (انظر: قوته.. ودياب ١٤٢١هـ، أبو بكر ٢٠٠٥).

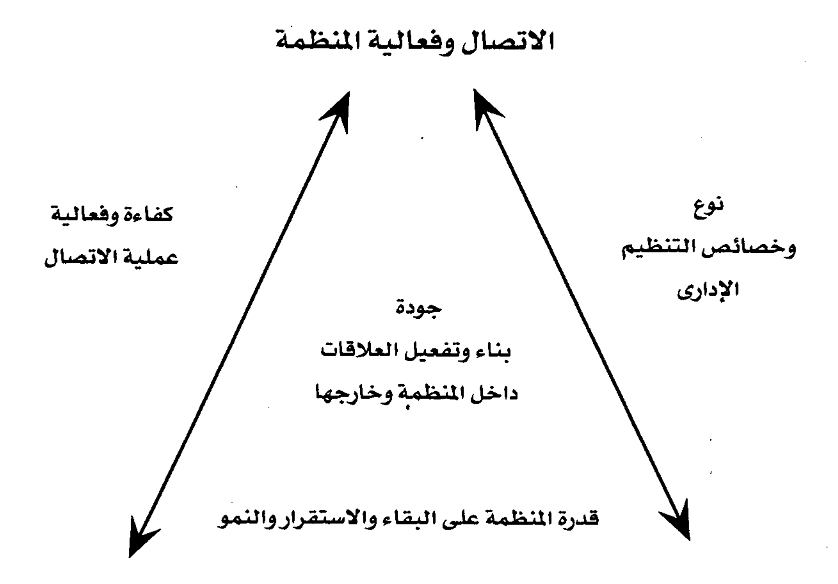
٢- التنظيم الإدارى وتفعيل الاتصالات الإدارية:

يوجد اتفاق بين المهتمين بكفاءة وفعالية المنظمات والمتخصصين فى التنظيم الإدارى على أن قدرة أية منظمة على تحقيق أهدافها تتحدد بدرجة أساسية بنوع وخصائص تنظيمها الإدارى، وذلك على اعتبار ان قدرة المنظمة على إيجاد واستخدام مواردها بكفاءة وفعالية تتوقف على مدى ملاءمته نوع وخصائص التنظيم الإدارى الذى تعمل من خلاله.

وإذا كانت كفاءة وفعالية الاستفادة من الموارد والإمكانيات تتحدد بدرجة أساسية بنوع وخصائص التنظيم الإدارى، فإن نوع وخصائص عملية الاتصال فى المنظمة تعد أحدهم محددات التنظيم الإدارى ومدى ملاءمته لتفعيل عملية الاتصال داخل المنظمة وخارجها.

ويعنى هذا أن نظم الاتصال الإدارى فى المنظمة وما يتضمنه من أشكال وقنوات وأدوات الاتصال تعد من المحددات المهمة لمدى ملاءمة التنظيم الإدارى لتمكين المنظمة من كفاءة استخدام مواردها وفعالية تحقيق أهدافها.

ومن هنا تظهر طبيعة العلاقة الارتباطية القوية بين كل من ملاءمة التنظيم الإدارى من جانب كفاءة وفعالية الاتصال من جانب آخر، وقدرة المنظمة على البقاء والاستقرار والنمو من جانب ثالث، ويوضح الشكل التالى هذه العلاقة.



نتائج العديد من البحوث والدراسات التطبيقية تشير إلى أن غالبية حالات التعثر فى منظمات الأعمال وما يرتبط بها من ظواهر الصراع والنزاع الوظيفى المؤسسى وما ينتج عنها من أعراض غير صحية فى بيئة العمل داخل المنظمة يرجع ذلك بشكل جوهرى إلى عدم جودة " الاتصال " سواء أكان عدم وجود رؤية صحيحة لدى المنظمة عن نموذج عملية الاتصال أم خطأ وقنوات وأدوات الاتصال أو عدم توفير مقومات تفعيل عملية الاتصال أم العوائق التى تقلل من فعاليتها. ومع اتجاه بيئة منظمات الأعمال من حالة السكون البيئى إلى حالة التغير والتقلب فى مكونات البيئة الخارجية للمنظمة، تواجه منظمات الأعمال البيئية المعاصرة العديد من التحديات التى تتعلق بعملية " الاتصال " ومن أهم هذه التحديات ما يلى :

(١) تتضمن بيئة العمل العديد من مسببات تزايد ضغوط العمل والتى تتطلب كفاءة عالية فى عملية الاتصال؛ وذلك لمعالجة مصادر التوتر والقلق والصراع غير الصحى بين أفراد المنظمة.

(٢) تتضمن بيئة العمل فى منظمات الأعمال درجة عالية من التنافس حول الفرص بما قد يدفع الكثير أو البعض لممارسات لا أخلاقية فى سلوكياته أو علاقاته، مما يتطلب كفاءة عالية فى الاتصال من أجل بناء وصيانة ثقافة أخلاقية فى علاقات العمل داخل المنظمة وخارجها.

(٣) تتضمن بيئة العمل فى منظمات الأعمال مجالا أوسع للعلاقات التبادلية والتشابكية بين الأفراد، وكذلك بين الأقسام والإدارات داخل المنظمة، هذا بجانب علاقات العمل مع أطراف متعددة متنوعة فى البيئة الخارجية للمنظمة، وجودة تلك العلاقات لم تعد متوقفة فقط على المهارات الفنية

والمهنية المتخصصة، وإنما تزايدت أهمية المهارات السلوكية والإدارية والتى يصعب بناؤها وصيانتها دون اتصال فعال داخل المنظمة وخارجها.

(٤) تتضمن بيئة العمل المعاصرة تنوعا كبيرا فى ثقافات الأفراد وقيمهم وطموحاتهم واحتياجاتهم وأهدافهم، مما يضفى مزيدا من القيود والعقبات أمام التفاهم فيما بينهم، مما يظهر أهمية الاتصال الفعال بين أفراد المنظمة.

(٥) تتضمن بيئة العمل المعاصرة مؤشرات واضحة للتحول من المناهج والأساليب التقليدية إلى أخرى حديثة فى بناء وتشغيل التنظيم الإدارى ومن أمثلة ذلك التحول من الهياكل الهرمية ذات خطوط السلطة التنفيذية الطويلة إلى الهياكل التنظيمية المصفوفية أو الدائرية أو العنقودية، مما يتطلب انظمة وأساليب اتصال جديدة أكثر ملاءمة لخصائص ومتطلبات تلك التنظيمات الإدارية.

(٦) وتظهر بوضوح أهمية تفهم علاقة بين نوع وخصائص التنظيم الإدارى للمنظمة وعملية الاتصال بها عند إدراك أن تأثير هذه العلاقة لا ينعكس فقط على أداء وسلوك الفرد وكفاءة وفعالية المنظمة فى استخدام مواردها وتحقيق أهدافها، وإنما يمتد هذا التأثير على الحالة النفسية والذهنية، بل والبدنية لأعضاء المنظمة، سواء داخل العمل أو خارجه، بما يؤثر على جودة حياة الفرد الأسرية والعائلية والمهنية والمجتمعية.

ويظهر مما سبق أن جودة الاتصال يمكن اعتبارها أحد نواتج نوع وخصائص التنظيم الإدارى للمنظمة، وفى نفس الوقت تعد أحد محددات تفعيل التنظيم الإدارى وتحديد نوع وخصائص المناخ التنظيمى وبيئة العمل الداخلية فى المنظمة وما ينتج عنها من ضغوط عمل وصراعات وظيفية وإدارية، مما يؤكد ضرورة دراسة وتحليل التنظيم الإدارى للمنظمة عندالتفكير فى بناء وتفعيل عملية الاتصال بها، كما أنه من الضرورى دراسة وتقويم عملية الاتصال بالمنظمة عند التفكير فى تطوير التنظيم الإدارى بها.

وتؤكد تلك الأمثلة السابقة للتحديات التى تواجه المنظمات فى بيئة الأعمال المعاصرة على حقيقتين، تتمثل الأولى فى العلاقة القوية بين جودة عملية الاتصال وقدرة المنظمة على البقاء والاستقرار والنمو، والثانية تتمثل فى انعكاس خصائص نشاط المنظمة وتنظيمها الإدارى على خصائص عملية الاتصال فى المنظمة، ونعرض باختصار لبعض الأشكال المختلفة للمنظمات وانعكاس ذلك على خصائص عملية الاتصال الملائم للمنظمة (أبو بكر، ٢٠٠٥م).

٣- الاتصالات الإدارية واختلاف تاريخ وحجم المنظمة :

٣/١ الاتصال فى المنظمة الحديثة صغيرة الحجم :

والتى عادة يتم إدارتها من خلال هيكل بسيط يمكن تعديله بيسر، ويتضمن وحدات تنظيمية قليلة وعدد قليل من المستويات الإدارية فضلا عن قلة الإجراءات الرسمية المكتوبة، وفى مثل هذه الحالة تتسم الاتصالات الإدارية بما يلى :

١- كثرة الاتصال والتواصل مع الإدارة العليا لتقديم مزيد من المعلومات وتحديثها ولاتخاذ القرارات بصورة مستمرة.

٢- الاعتماد بدرجة أساسية على الاتصال الشفهى غير الرسمى المباشر.

٣- تقاس كفاءة الاتصال بمدى التدفق المستمر للمعلومات من المستويات الأدنى إلى الإدارة العليا.

٤- عادة ما يكون المدير فى المستوى الأعلى أو صاحب المنظمة هو المصدر الرئيسى للقرارات والأوامر والتوجيهات والقائم بتزويد الآخرين بما يحتاجون من صلاحيات، ومن ثم عادة ما تأخذ الاتصالات الإدارية هنا شكل الاتصالات الرأسية النازلة من أعلى إلى أسفل فة صورة أوامر وتوجيهات وإرشادات، بينما تكون الاتصالات الرأسية الصاعدة من أسفل إلى أعلى فى صورة بيانات ومعلومات واستفسارات. ونادرا ما يتطلب هذا الشكل من الاتصال تنوعا فى أساليب وأشكال وقنوات الاتصال، ومن ثم لا يسهم فى تنويع مهارات الاتصال لدى أفراد المنظمة.

٢/٣ الاتصال فى المنظمة المستقرة كبيرة الحجم :

وتتسم تلك المنظمات عادة بكبر هيكلها التنظيمى، وتعدد وحداتها التنظيمية ومستوياتها الإدارية، واتساع نسبى فى نطاق الإشراف وتوزيع الصلاحيات أفقيا بين الأنشطة المختلفة، كذلك توزيع الإصلاحيات رأسها بين المستويات الإدارية المختلفة مثل هذه المنظمات تظهر الحاجة القوية إلى مزيد من البيانات والمعلومات من المستويات الأدنى من التنظيم الإدارى، فضلا عن نمو الصلاحيات فى شاغلى الوظائف التنفيذية بالمنظمة لتوفير درجة أكبر من المرونة للتصرف وفق ٥٣حاجة العمل دون الاضطرار إلى الرجوع إلى المستويات الأعلى فى المنظمة.

ومن أمثلة الحالات تتسم الاتصالات الإدارية بالعديد من الخصائص منها ما يلى :

١- تزايد الحاجة إلى الاتصالات الرأسية، الأفقية معا، حيث يتطلب الأمر تبادل البيانات والمعلومات بين الإدارات والأنشطة المختلفة داخل المنظمة، كما أن العمل يتطلب، مزيدا من الاتصالات الرأسية فى الاتجاهين، والاتصالات الصاعدة فى صورة معلومات وتقارير واقتراحات ومشاركات واستفسارات، وكذلك الاتصالات النازلة فى صورة قرارات وأوامر وتوجيهات وإرشادات وغيرها.

٢- ثمة حاجة كبيرة لعقد اللقاءات والاجتماعات وورش العمل والحلقات النقاشية بين مختلف الإدارات والأنشطة وبين تخصصات متنوعة داخل المنظمة وخارجها.

٣- الاعتماد الكبير على التقارير النوعية المتعددة سواء فيما يتعلق بالخطط أو مختلف الإدارات والأنشطة وبين تخصصات متنوعة داخل المنظمة وخارجها.

٤ تزايد الحاجة إلى مزيد من العلاقات وتبادل المعلومات بين المنظمة والأطراف الخارجية، سواء بصورة رسمية أو غير رسمية، وسواء فى شكل دورى منتظم أو فى حالات طارئة وعارضة بما يضمن توازن المصالح بين المنظمة والأطراف الخارجية.

٥- تظهر الحاجة إلى تنوع أشكال وأساليب وقنوات الاتصال، فضلا عن نمو الحاجة إلى تنوع المهارات والقدرات لدى أفراد المنظمة بما يضمن نجاح الاتصال داخل المنظمة وخارجها.

٤- المنظمات المعاصرة وتزايد أهمية الاتصال:

الحاجة إلى الاتصالات الإدارية تسبق ظهور المنظمات؛ حيث تبدأ عملية الاتصال مع وجود رغبة فى إنشاء مؤسسة أو تأسيس منظمة، ويتسع نطاق عملية الاتصال مع التقدم نحو بدء ممارسة المؤسسة لأنشطتها وتقديم منتجاتها وإذا كانت الحاجة للاتصال قرينة وجود المنظمة، إلا أن أهمية تلك الاتصالات زادت بصورة واضحة فى المنظمات المعاصرة ويرجع ذلك لأسباب عديدة منها ما يلى:

(١) الاتجاه القوى إلى التركيز والبعد عن التوزيع، ويعنى هذا تزايد اعتماد المنظمات على بعضها البعض إلى درجة أن منتج المنظمة الواحدة قد لا يكون له قيمة من وجهة نظر المستهلك ما لم يقترن هذا المنتج بمنتجات منظمة أخرى هذا فضلا عن اعتماد المنظمة على عديد من المنظمات الأخرى سواء تجاه المدخلات ومصادر الإمداد أو اتجاه منافذ التوزيع. والتعامل مع المستهلك وكل ذلك يزيد من نطاق واهمية الاتصال بين المنظمات. وما يقال عن الاتصال بين المنظمات وبعضها البعض، يقال وبصورة أقوى وأوسع بين الأفراد والوظائف والإدارات والمستويات داخل المنظمة الواحدة.

(٢) الاتجاه القوى إلى الشفافية والمشاركة والتمكين، وعادة ما يرتبط ذلك بدرجة أكبر من اللامركزية وارتباط القرارات الإدارية بالمستويات الإدارية الأدنى وبالوحدات التنظيمية الفرعية، وكل ذلك يتطلب أنظمة دقيقة وأساليب أكثر مرونة فى عملية الاتصال.

وتؤكد الدراسات التطبيقية والممارسات العملية أن فعالية تلك الاتجاهات الحديثة من الشفافية والتمكين والحوكمة تتوقف بدرجة أساسية على كفاءة أنظمة الاتصال وإمكانيات تبادل وتداول البيانات والمعلومات والأفكار

والمقترحات، وكذلك لتيسير الوقوف على الإنجازات وتحقيق التواصل بين كافة الأطراف داخل المنظمات وخارجها.

(٣) الاتجاه القوى لتوسيع نطاق الأعمال سواء كان ذلك بتوسيع وتنويع الأسواق وفئات العملاء وما يرتبط به من زيادة وتعدد المنتجات والخدمات التى تقدمها المنظمة. ويؤدى ذلك عادة إلى نمو حجم المنظمة سواء بزيادة عدد ونوعيات العاملين، أو تعدد المواقع والفروع ومن ثم كبر حجم التنظيم الإدارى وتعدد وحداته ومستوياته وزيادة تركيبه وتعقيده، وكل ذلك يؤدى إلى زيادة معدل تدفق البيانات والمعلومات واتساع وتعقد شبكة الاتصالات داخل المنظمة وخارجها.

(٤) الاتجاه القوى إلى تنمية الدور الاجتماعى والمساهمة البيئية للمنظمات حيث لم يعد مقبولا أن يكون دور أو هدف المؤسسات فقط تعظيم المنافع المادية والمالية لأصحاب الأموال وموظفى المنظمات، ومع تراجع دور الحكومة فى إنشاء وإدارة مؤسسات اقتصادية واتساع المجال أمام القطاع الخاص والملكية الفردية فى إدارة كافة أنشطة الدولة، تعاظمت توقعات المواطن من مساهمات المنظمات والشركات فى عملية التنمية بكافة جوانبها، ويؤدى ذلك عادة إلى اتساع وتعدد جوانب الاتصال والتواصل والتفاعل بين المنظمة وجميع أطراف المجتمع، مما يتطلب أنظمة اتصالات إدارية أعلى كفاءة وفعالية.

(٥) الاتجاه الواضح إلى استخدام المنظمات لدرجة عالية من التقنية الحديثة لتمكينها من التفاعل السريع مع بيئة الأعمال المتغيرة المركبة المعقدة. ويعنى هذا أنه مع الاعتماد على تقنيات حديثة تصبح بيئة الأعمال داخل المنظمة وخارجها على درجة عالية من عدم التأكد ويصبح النطاق الزمنى لممارسة العمل الإدارى أكثر ضيقا، ويرتفع معدل تقادم المعلومات وتصبح غير ذات جدوى ما لم يتم تحديثها بصورة مستمرة، وكل ذلك يستحيل تحقيقه دون أنظمة اتصال على درجة عالية من الكفاءة والفعالية.

٥- الاتصال الفعال وجوهر عملية الإدارة :

تتعدد التعاريف لعملية الإدارة وتوجد فروق واضحة بين الأدبيات فى تعريف الإدارة ووضع مفهوم لها. ومن خلال استعراض ما ورد فى مصادر متعددة وعلى ضوء ما لدينا من ملاحظات بشأن معظم التعاريف لعملية الإدارة، فإننا نتعامل مع الإدارة وفق المفهوم التالى :

الإدارة هى عملي مركبة متواصلة تتضمن جهود أعضاء المنظمة لصياغة الأهداف وتوفير الإمكانيات اللازمة وحسن استخدامها لتحقيق الأهداف من خلال بناء وتنمية العلاقات النافعة فى بيئة المنظمة.

ويظهر للدارس من هذا المفهوم أن جوهر عملية الإدارة بصورة فعالة هو جودة العلاقات القائمة على عملية الاتصال.

سابعا : الاتصال والعلوم والفنون :

الاتصال كما سبقت الإشارة شأنه شأن كل الجوانب الأخرى من مجالات العلوم والممارسات العملية، يتضمن مجموعة من الأسس والقواعد والضوابط العملية، بجانب مجموعة من الأدوات والمهارات والقدرات العملية والتطبيقية. أى أن الاتصال " له منهج وإطار علمى يجب الإلمام به وتفهمه والالتزام به، كما أنه له آلياته ومتطلباته وفنونه المهنية المتخصصة التى يجب التدريب عليها وتنمية المهارات لتطبيقها فى الواقع العملى.

وإذا كان الاتصال علما وفنا مثل غيره من العلوم والممارسات. إلا أن الاتصال يختلف عن غيره من العلوم والممارسات من حيث اتساع وتنوع نطاق ومجالات العلوم والفنون الخاصة به إلى درجة قد يدرك القارئ عندها أن الاتصال له علاقة بكافة العلوم الأخرى يستفيد منها ويطبقها من جانب ويطبق فيها ويدعمها من جانب آخر، كما أن الاتصال يطبق فى كل مناحى الحياة ويستخدم كافة أدواتها وفنونها بصورة توحى للقارئ أن كل أداة و وسيلة أو مهارة هى ضمن متطلبات ومقومات الاتصال.

أهم النواتج المترتبة على الخاصية التى تتعلق باتساع وتنوع علوم وفنون الاتصال.

وبإيجاز يمكن القول إن اتساع وتنوع نطاق علوم وفنون الاتصال ينتج عنه ما يلى :

١- تنوع متطلبات ومقومات نجاح وتفعيل الاتصال، كما تتعدد وتختلف أسباب فشل الاتصال وعدم فعاليته، مما يلقى عبئا كبيراً على راغبى تنمية مهاراتهم وقدراتهم فى الاتصال سواء أكانوا أفرادًا أم مؤسسات.

٢- تتعدد وتتشابك عملية الاتصال مع كافة جوانب ومكونات ومواقف المنظمات إلى درجة يمكن القول إن كفاءة وفعالية أية وظيفة من وظائف الإدارة وأى نشاط من أنشطة المنظمة، وأن كفاءة وفعالية أى قرار وأن نجاح المنظمة فى التعامل مع أى موقف او حدث أو مشكلة او أزمة... كل ذلك يتوقف بدرجة أساسية على كفاءة وفعالية عملية الاتصال فى المنظمة

٣- بالتدقيق فى جوهر تعريف " الاتصال " يتضح للقارئ أن نجاح الاتصال يتطلب النظر إليه على أنه منظومة متكاملة تتكون من عدد من العناصر المتفاعلة التى تكون نموذج عملية الاتصال، ويعنى هذا أن للاتصال الناجح مجموعة مقومات ترتبط بجميع عناصره وأن معوقات الاتصال قد تأتى من أى عنصر من عناصره. أى أن كل عنصر من عناصر نموذج عملية الاتصال يعتبر مصدرا لكل من مقومات وعوائق الاتصال.

٤- قد تأتى تلك المقومات (تعضيد وتفعيل) أو العوائق (تشويش وتضليل) من أطراف الاتصال فيما يتعلق بتحديد الرسالة أو تحديد وصياغة الكلمات والعبارات أو مهارات الحديث والاستماع والإنصات والحوار وردود الأفعال. وقد تأتى تلك المقومات والعوائق من اختيار واستخدام شكل أو قناة أو أداة اتصال بما يؤثر فى كفاءة تبادل المعلومات وجودة توصيل الرسالة المستهدفة.

٥- كما أن مقومات وعوائق الاتصال قد تأتى من توقيت وظروف عملية الاتصال وما يرتبط بهما من أحداث ومواقف وضوضاء وغيرها من الاعتبارات ذات العلاقة بزمن وتوقيت الاتصال وبالمحيط المادى والمعنوى لعملية الاتصال.

٦- ومن القضايا ذات الأهمية البالغة فى خلق مقومات وعوائق الاتصال ما يتعلق بسمات ومهارات أطراف الاتصال، وتأثير ذلك على إدراكاتهم التى عادة تتأثر بما لديهم من سمات شخصية وخبرات عملية ورصيد معرفى وتجارب سابقة وكل ذلك له تأثيره على تحديد أهداف الاتصال واختيار الكلمات ونقل وفهم المعانى، التى تحقق الرسالة المستهدف توصيلها إلى الطرف الآخر.

خامسا : مقومات وعوائق تفعيل عملية الاتصال :

١- مقومات تفعيل الاتصال

تقاس فعالية الاتصال، شأنه شأن أية عملية، بمدى تحقيق الأهداف من عملية الاتصال، وما لم تتحقق تلك الأهداف يمكن القول إن ما تم بين الأطراف لا يمثل فى حقيقته اتصالا أو أنه اتصال ناقص أو غير كفء أو غير فعال، وفى هذه الحالة يكون ما تم بين الأطراف إهدارًا للموارد دون تحقيق منافع.

تتوقف فعالية عملية الاتصال على توفير مجموعة من المقومات الخاصة بكل عنصر من عناصر نموذج الاتصال الواردة بالنموذج الخاص بنا، ووفق مدخل النظم وعلى اعتبار أن عملية الاتصال هى نظام مترابط فإن غياب مقومات الفعالية فى أى عنصر من عناصر نموذج الاتصال يكفى لعدم أو ضعف كفاءة وفعالية عملية الاتصال ككل، ويعنى هذا أن تفعيل عملية الاتصال توفر مقومات الفعالية فى كل عناصر نموذج الاتصال، وفيما يلى مقومات تفعيل كل عنصر من عناصر عملية الاتصال :

١- مقومات التفعيل لأطراف الاتصال :

على اعتبار أن أطراف الاتصال لهم أهداف ومصالح معينة هى سبب أو مبرر وجود الاتصال لتحقيق هذه المصالح المشتركة، فإن تفعيل الاتصال يتطلب المقومات التالية :

- النوايا والاتجاهات الإيجابية لدى أطراف الاتصال.
- عمق الإقناع بأهمية توسيع منطقة المصالح المشتركة.

- التزام الأطراف بمنهج مكسب / مكسب وليس مكسب / خسارة أو خسارة / مكسب.

- التمتع بمجموعة من السمات الشخصية التى توفر لديهم خاصية الموضوعية والحياد والتوازن النفسى والذهنى عند الاتصال بالآخرين.

- تملك مجموعة من المهارات الفنية والسلوكية والإدارية اللازمة لتفعيل الاتصال.

- بناء وتحديث الحد الأدنى من المعرفة عن الطرف الآخر من حيث السمات الشخصية والنوايا والاتجاهات والثقافة والقيم واهتمامات وأولويات.

- التقدير الموضوعى الصحيح للقدرات الذاتية له وللآخرين، ويتضمن ذلك التقييم العادل لنقاط القوة والضعف.

- الاستفادة من الممارسات السابقة فى الاتصال، والحرص على تطبيق مبدأ عدم تكرار الخطأ.

- الاستعداد لتقديم تنازلات بالقدر الذى يدعم استمرارية الاتصال وتوسيع نطاق المصلحة المشتركة.

- الممارسة الصحيحة لعملية الإدارة فى الاتصال من تخطيط وتنظيم وتوزيع مهام وتوجيه ومتابعة وتقييم.

٢- مقومات التفعيل فى العناصر الأخرى لنموذج الاتصال :

بالإضافة إلى أهمية مقومات التفعيل المرتبطة باطراف الاتصال، يتطلب نجاح عملية الاتصال توفر مقومات محددة للعناصر الأخرى فى نموذج الاتصال ومن هذه المقومات ما يلى :

- وضوح نطاق موضوعات الاتصال وقضاياه المرتبطة بالأهداف والمنافع المستهدفة من الاتصال.

- تحديد وتصنيف الأهداف إلى مستويات واضحة وفق أولوياتها وحدود التمسك بها أو تأجيلها أو التنازل عنها.

- دقة وموضوعية الرسالة التى يتم تحديدها وإرسالها أو تبادلها بين أطراف الاتصال، وأن يسهل تفهمها واستيعابها والتحمس لها.

- توفر البيانات والمعلومات الأساسية عن موضوعات وقضايا الاتصال ومجالاته مع تحديث تلك البيانات والمعلومات والتأكد من جودتها.

- ملاءمة وكفاءة وسائل أو أدوات الاتصال، حيث تتوافق خصائصها ومتطلباتها مع إمكانيات وقدرات أطراف الاتصال وتلبى توقعاتهم، وكذلك تلائم قنوات وتوقيت وبيئة عملية الاتصال.

- توافق مسارات وقنوات الاتصال مع عناصر نموذج الاتصال الأخرى وخاصة مع أنواع وخصائص البيانات والمعلومات المتداولة وماتنقله من رسالة لتحقيق أهداف عملية الاتصال.

- يتم ممارسة عملي الاتصال فى توقيت ملائم وفى زمن مناسب للحالة النفسية والذهنية لأطراف الاتصال، وكذلك يتوافق مع موضوعات وقضايا الاتصال وأهدافه

- أن يكون المناخ العام ومكونات البيئة الخارجية مواتية وداعمة لممارسة عملية الاتصال، سواء أكان ذلك يتعلق بالبيئة الثقافية والاجتماعية والقيمية أم البيئة التشريعية والقانونية والأمنية، أم البيئة السياسية والدولية فى مجالات ومواقف الاتصال ذات الطابع السياسى أو النطاق الدولى.

وسائل الاتصال الجماهيري :

أهم وسائل الاتصال الجماهيري التى تستخدمها العلاقات العامة كوسائل إعلامية هى :

- الصحف
- المجلات

- الإذاعة

- التليفزيون

- السينما

١- الصحف

يعد الاتصال بالصحافة أحد الوسائل الاتصالية المهمة للإدارة بصفة عامة ولإدارة العلاقات العامة بصفة خاصة لتسهيل مهمة الوصول إلى الجمهور والحصول على الدعم لموضوع معين أو سياسة معينة. وتستغل إدارة العلاقات العامة الصحافة بأسلوبين :

- الأخبار الرأى ويتميز بأنه لا يكلف المؤسسة أموالا وله عائد كبير.
- الإعلام

وتستمد الصحف خصائصها من كونها تمد الجمهور بالأخبار، ومن سعة انتشارها فى أرجاء الوطن وخارجه، وقدرتها فى الوقت نفسه على الوصول إلى جميع الطبقات الاجتماعية والاقتصادية وإلى جميع فئات السن.

وهى أرخص وسائل النشر فلو قسمنا تكاليف النشر على الاعداد الذين تصل اليهم الصحيفة لوجدنا أنها أرخص من أية وسيلة اخرى حتى لو أضفنا تكاليف الإنتاج، كما أنها تسمح باستعمال مساحات مختلفة ومواقع مختلفة بما يفى بحاجات المستخدمين.

ومن زاوية القارئ فالصحافة سلعة مرغوبة يقبل عليها القارئ بإرادته وهى لذلك جليلة الفائدة بالنسبة لخبير العلاقات العامة، وهذه الميزة تجعل الصحف العامة أقوى تأثيرا للحصول على تأييد الجمهور الداخلى والخارجى أو لإثارة اهتمامه بأنشطة المنظمة، أو لغرض زيادة المبيعات. أو للإعلان عن التطورات والسياسات الجديدة..

ويستفيد رجل العلاقات العامة من هذا العرض الواسع للصحف؛ حيث يستطيع نشر رسالته التعريفية أو الدعائية أو الترويجية... إلخ، التى يريد

توصيلها للجمهور المعنى بها، وهنا عليه أن يصوغ تلك الرسالة بطريقة إخبارية مشوقة وواضحة بما يضمن وصولها وتحقيق الهدف منها. كما يمكن الاستفادة من الصحف لنشر التقارير المتعلقة بنشاط المؤسسة المعنية، وتعريف الجمهور بحجم هذا النشاط وخاصة ما يتعلق بالميزانيات العمومية وغيرها، وفى جميع هذه الحالات يجب على رجل العلاقات العامة مراعاة مايلى :

١- توعية الجماهير الذى توجه إليهم الرسالة المعنية.

٢- استغلال المناسبات العامة لنشر ما تريده إدارة العلاقات العامة عن نشاط المؤسسة أو منتوجاتها، وهذا يتطلب التنسيق المسبق مع دور الصحافة حتى تتمكن إدارة العلاقات العامة من نشر ما تريده بالكيفية والزمان المناسبين.

وفيما يتعلق بالتواصل مع الصحفيين ينبغى مراعاة الآتى :

- معرفة جيدة بالصحيفة التى ستزودها الأخبار

- معرفة الأخبار التى تستحق النشر

- الالتزام بالمواعيد مع الصحفيين.

- التواصل بالصور والموضوعات والأخبار المناسبة

- الالتزام بالأمانة

- والصراحة والدقة والإيجاز

- تجهيز وإعداد المواد التى سيتم تسليمها بالصور الإعلامية المناسبة.

وعناك اعتبارات ينبغى مراعتها عند إعداد النص الإعلامى حتى يكون مقبولا وهو :

- تحديد الهدف : حيث إن تحديد الأهداف يساعده فى تحديد الرسالة والجمهور والاستراتيجية المستخدمة.

- تحديد الجمهور : لمن تقول الرسالة؛ لأنه عندما تحديد من هو الجمهور المستهدف برسالتك. ستحدد الوسيلة المناسبة وطريقة الإعداد المناسبة.. فإذا

كان الموضوع يخص سكان الحى مثلا أو المسئولين المحليين... فإن الصحيفة المحلية تكون كافية، ويكون الاتصال بالوسائل القومية إهدارًا للموارد المحدودة للمنظمة.

- الرسالة : ماذا ستقول؟ فالرسالة يجب أن تكون معبرة ومفهومة ومنطلقة من سياسة المنظمة وصادقة وقابلة للتصديق بدون مبالغة، مع مراعاة عنصر التكرار.

ومن المفيد وجود معلومات موثقة ولها صلة بالموضوع لإثبات جدوى قضيتك ومطالبك، وليس من الضرورى أن تقوم كل منظمة بالبحوث والدراسات مسبقا، المهم توافر المعلومات الضرورية.

أشكال الاتصال بالصحافة :

- المكالمات الهاتفية مع الصحافة :

المكالمات الضرورية مع الصحافة تستغل لتبليغ المراسلين بأخبار مهمة، أو لتزويدهم بالملاحظات أو لسؤالهم إذا كانوا قد استلموا ما أرسل إليهم.

- المؤتمرات الصحفية :

المؤتمر الصحفى هو فرصة لتقديم التصريحات وطرح موقفك، أمام مجموعة كبيرة من ممثلى وسائل الإعلام، والمؤتمر الصحفى هو حدث كبير يحتاج إلى ترتيبات كثيرة، ويجب القيام بالمؤتمرات الصحفية فقط فى حال وجود خبر كبير ومهم ،تريد المنشأة الإعلان عنه، أو تريد الإدلاء بتصريحات مهمة حول مواضيع ساخنة.

قائمة التجهيزات اللازمة للمؤتمر الصحفى :

- حدد التاريخ والوقت المناسبين للصحفيين للحضور وتغطية الحدث.

- جهز معلومات أساسية، وبيانا صحفيا وخلفية إحصائية ملائمة ونبذة من السيرة الذاتية للمتحدثين وأية معلومات أخرى قد تكون ضرورية.

- قم بإعداد جدول الأعمال ومسودة البيانات، وأسماء الأشخاص الذين سيقومون بالرد على الأسئلة ولا مانع من عقد تدريب لهؤلاء الأشخاص. رتب قاعة ملائمة للحدث، بحيث يكون الوصول إليها سهلا قريبًا منها موقف للسيارات، من المفيد أن يكون حجم القاعة مناسباً وألا تكون كبيرة جدا بالنسبة لعدد الحضور كى لا تظهر الكثير من المقاعد الشاغرة فى الصور.

- أرسل دعوة صحفية، تشمل التاريخ، والوقت،والمكان والشخص المسئول عن الاتصال وحدد طبيعة المؤتمر الصحفى إلى الصحفيين.

- اتصل بالصحفيين بالهاتف لتأكيد حضورهم.

- تحديد طبيعة اللقاء : ندوة يدعى إليها الصحفيون.. مقابلة... مؤتمر صحفى... نشرة.... بيانات تزود بها الصحفيين للاستفادة مما تضمنه من معلومات أو صحيفة أو محلية أو تصويرية وغير ذلك من المطبوعات الخاصة بالمنشأة... المهم ضمان الوسائل التى توفر المعلومات للصحيفة.

- التوقيت : متى تقول ما لديك. بدء اختيار الوقت المناسب... يفيد الاهتمام بالموضوع... وضرورة الاستفادة من المناسبات المختلفة... فالمواضيع والأحداث التى تظهر فى الأخبار وهى الأخبار المتصلة بموضوعاتنا مما تناوله الصحف أو التقارير الخاصة بالجهات الأخرى.

- ويدخل فى دائرة الوقت اختيار الوقت المناسب للاتصال بالصحفيين لضمان حضور النشاط الذى تقوم به المنظمة.. ولهذا يستحسن وجود قائمة بوسائل الإعلام المناسبة وبأسماء المراسلين وعناوينهم وأرقام هواتفهم وأرقام الفاكسات والتكنيكات المتبعة مع وسائل الإعلام.

٣- دعوة صحفية :

تعطى الدعوة الصحفية إشارة مسبقة للمراسلين حول حدث قادم، وهى تفصل باختصار، طبيعة الحدث، المكان والزمان، إمكانيات التصوير، وأرقام هواتف الشخص الذى يلزم الاتصال به، وأرسل هذه المعلومات إلى مكاتب الصحفيين والمراسلين المتعاطفين مع البقية.

٤- **البيان الصحفى :**

البيان الصحفى هو عبارة عن مادة تنشر فى الوقت المناسب وتتحدث عن موقف الجمعية من قضية ما، ويتكون عادة من صفحة أو صفحتين يقوم المراسلون باستخدام المعلومات المتوافرة فى البيان الصحفى أثناء كتابة مقالاتهم وتعتبر البيانات الصحفية أفضل طريقة لإظهار رسالتك بطريقة واضحة.

٥- **الحدث الصحفى :**

الحدث الصحفى هو نشاط تدعى إليه وسائل الإعلام، ويوجد فى الحدث الصحفى نشاط وحيوية أكثر من المؤتمر الصحفى ويمكن أن يكون هدف الحدث الصحفى هو لفت انتباه وسائل الإعلام، وفى الحدث الصحفى تكون هناك حركة ونشاط. فهذه المناسبة قد تكون من المتطوعين ينظفون الحى، أو جولة فى موقع معين كالمستشفى مثلا، أو مسيرة كشفية أو اجتماعيا جماهيريا مع ممثل تشريعى منتخب.

الحدث الصحفى أكثر حيوية من المؤتمر الصحفى، وقد يكون فيه متحدث واحد فقط مما لا يعطى وسائل الإعلام الفرصة للتحدث بشكل عشوائى مع الحضور، الذين على الأغلب لا يستطيعون التحدث بلسان المنظمة وقد لا يفهمون أهدافها.

٦- **الموجز الصحفى :**

عادة لا يأخذ الموجز الصحفى طابعا رسميا كما هو فى الحدث الصحفى أو المؤتمر الصحفى. ويكون الموجز الصحفى منطقيا خاصة إذا كان الموضوع معقدا أو إذا كانت هناك دراسة أو بحث متعلق بالموضوع الذى سينشر فى وسائل الإعلام، ويساعد الموجز الصحفى المراسل الذى لا يعرف الكثير عن موضوعك خاصة إذا كان الموضوع من النوع الذى لا تقوم وسائل الإعلام بتغطية بكل متواصل.

٧- الغذاء الصحفى :

وله نفس ميزات المؤتمر الصحفى... المهم هو معاملة جميع المدعوين على قدم المساواة... لذلك يفضل توفير طاولة كبيرة توفر الجلوس عليها لجميع المدعوين على مستوى المؤسسة.

٨ - السفر الصحفى :

بدعوة الصحفيين للسفر مع المسئول لزيارة معرض متخصص بالخارج أو لحضور توسعات أو تعاقدت جديدة... ويتميز بطول الوقت الذى يمضيه الصحفيون مع المسئول وإتاحة لإقامة علاقات صحيحة معهم.

وبالحديث عن المؤسسة فى جو مجتمعى وصحفى، لكن يلاحظ ضرورة اختيار المناسبة واتخاذ الاختيارات اللازمة من حيث النقل والأمان والإحكام.. والتنقل فى المكان وتحديد برنامج السفر وموضوعه والمشاركين منه.. وتوفير الفرصة للمقابلات والحوارات الفردية مع المسئولين.. وكافة المعلومات التكميلية والصور المناسبة.

٩- الزيارات الميدانية :

لمواقع الإنتاج والبيع والعرض للتعرف على طبيعة الإنتاج ومشكلات الموزعين والمستهلكين.. وتعريف السلع والخدمات.. ليكون الصحفيون فكرة جيدة وموضوعية عنها.

وهنك نقطة مهمة أساسية فى تعامل ممارسى العلاقات العامة مع وسائل الإعلام وبخاصة الصحافة، هى ضرورة الاحتفاظ بقوائم حديثة بأسماء هؤلاء الإعلاميين والاستمرار فى تجديدها، فلا شك أنه مما يثير ضيق المحرر استلامه أخباراً مرسلة على عنوان خطأ أو عنوان سابق.

وزاد من أهمية استخدام الصحافة التوقعات حول علاقة الإنترنت بالصحافة، وأهم هذه التوقعات هى :

١- سيجعل الإنترنت الصحافة تلعب دورا مختلفا فى المجتمع، وستغير من دور وسائط الإعلام المطبوعة فى حياتنا اليومية.

٢- سيغطى الجانب الإعلامى على جانب الشر.

٣- سيقوم الإنترنت بايجاد ملايين من النجوم الجدد فى العالم، من خلال إبراز العديد من الأفراد عليها، عن طريق نشر آرائهم وإنجازاتهم وإنتاجهم الأدبى والفكرى.

٤- ستقوم العديد من المؤسسات والشركات باستغلال مواقعها على الإنترنت، كنوع من واجهات المحلات لإظهار ما تستطيع أن تنجزه على صعيد إنتاج التكنولوجيا.

وقد استفادت الصحف والمطبوعات الدورية بالفعل من التقدم التكنولوجى الذى وفرته الإنترنت، لتحسين مضمونها وزيادة عدد قرائها على مستوى العالم، من خلال تغيير طرق التوزيع بواسطة الشبكة وبمشاركة جهاز الحاسوب. وهذه الطريقة تتميز بالسرعة العالية، والانتشار الواسع، وتدعم ذلك بظهور الصحيفة الإلكترونية، وهى صحيفة خاصة بالمنظمة تنشأ على الويب... وتعمل كبديل للرسائل الإخبارية أو الصحفية أو المحلية الخاصة بالمنظمة ويشمل الجمهور الذى تستهدفه الموظفين والتجار والموزعين وتجار التجزئة والجمهور العام. وأحيانا تكون الجريدة الالكترونية نسخة من الصحيفة المطبوعة، وعند إنشاء صحيفة إلكترونية هناك اعتبارات أساسية ينبغى تحديدها وهى : الأهداف، مرات الصدور، المسئول عن التحرير الميزانية. قوائم الشخصيات الذين سيتلقون الصحيفة، تحديد مصادر المعلومات ووضع خطة لتطوير المحتوى. ثم تصميمها على الشبكة وبهذا تصل إلى الملايين من القراء، فمثلا كانت صحيفة الجمهور اليمنية تطبع عشرين ألف نسخة ورقية، وتوزع فى المحافظات المختلفة ولكن بعد اشتراكها بالإنترنت أصبحت تصل إلى ملايين القراء العرب فى الوطن العربى والعالم.

٢- المجلات :

يعتبر اختيار المجلة المناسبة لموضوع العلاقات العامة الذى نريد نشره من أهم النقاط فى استخدام هذه الوسيلة، لأن لكل مجلة جمهورها، بالإضافة إلى الموعد الذى تصدر فيه وارتباط كل من هذين العنصرين بجمهور المنشأة والتوقيت المناسب لعرض الفكرة أو الرسالة المراد توصيلها للجمهور.

وتشترك المجلات مع الصحف العامة فى الوصول إلى جميع أنحاء القطر وانتشارها بين الطبقات المختلفة ولو أنها تميل الى الانتشار أكثر بين فئات السن من ١٥- ٣٥ سنة.

وتسمح المجلات فى العادة باستعمال الألوان المختلفة والصور الواضحة، الأمر الذى يساعد على إحداث التأثير المناسب ونقل المعلومات إلى القراء.

ومن جهة التكاليف فإن تكلفة الوصول إلى ألف من القراء أقل من تكلفة الصحف اليومية إذا أخذنا فى الاعتبار النفسى الذى تخلقه عوامل الإنتاج التى تمتاز بها.

وأيضا اتفاقها من زاوية الهدف مع القراء فالغرض الأساسى منها هو عرض الأحداث الجارية والتعليق عليها أو تقديم معلومات مختلفة مهمة للقارئ ومما يساعد على استيعاب محتوياتها الحالة التى يكون عليها القراء ساعة القراءة، فالملاحظ أنها حالة هدوء واسترخاء،وتساعد هذه الحالة على معالجة الموضوع بالتفاصيل، فضلا عن أن موضوعاتها لا تتطلب الاطلاع عيلها فى الحال كما هو الأمر بالنسبة للصحف اليومية، ولهذا فعمرها طويل، الأمر الذى يزيد من احتمال تعدد الأفراد الذين يطلعون عليها.

٣- الإذاعة :

أوسع وسائل الإعلام انتشاراً، وأكثرها شعبية، وجمهورها هو الجمهور العام بجميع مستوياته، فتستطيع الوصول إليه مخترقة حواجز الأمية والعقبات الجغرافية والقيود السياسية التى تمنع بعض الوسائل الأخرى من الوصول إلى مجتمعاتها كما أنها لا تحتاج إلى تفرغ تام.

وتتخذ العلاقات العامة للوصول إلى جمهورها أشكالا اتصالية مختلفة مثل التمثيلية والريبورتاج الإذاعى والإعلان والأغنية.

وباستعمال الموسيقى والمؤثرات الصوتية يمكن تهيئة ذهن الجمهور لتلقى الرسالة الإعلامية وخلق الجو النفسى المناسب لتقبل الفكرة والاقتناع بها إلا أنه يجب الا يغيب عن الذهن أن فترات اليوم تختلف من حيث مناسبتها للموضوعات المختلفة، فما يصح إذاعته فى الصباح لا يصح فى المساء، ويلاحظ إلى جانب ذلك أن تكلفتها أعلى منها فى حالة الصحف أو المجلات وأقل من السينما والتليفزيون.

ويمتاز إلى جانب ذلك بدفء الصوت البشرى وتأثيره، وهذا يجعلها أكثر الوسائل قدرة على الاستهواء والإيحاء خاصة مع قليلى الحظ من الثقافة بالإضافة إلى الإحساس الجماعى الذى يتوفر لجمهورها مهما تباعدت أماكنه، ومع ذلك فالإذاعة فى مجال العلاقات العامة لا تغنى عن الاجتماعات وتجارب الإيضاح والمطبوعات والصحف والزيارات الشخصية فهى وسيلة لزيادة مفعول هذه الوسائل جميعا.

وتمتاز الكلمة المذاعة بإمكانية تسجيلها وإعادة إذاعتها أكثر من مرة، فتكتسب فى كل مرة قوة إضافية، فضلا عن قدرتها على بث الاهتمام بالمسائل العامة وفى سرعة تجميع الجماهير حول رأى معين وخاصة اوقات الشدائد والأزمات.

وموجز القول إن خبراء العلاقات العامة يستطيعون الاتصال بالجماهير عن طريق الإذاعة من خلال الأخبار والمعلومات والبرامج المسلية والأفكار المتنوعة والبرامج الأخرى، ويراعى فى كل الأحوال أن تكون المادة الإذاعية قصيرة ومباشرة، وأن يكون الأسلوب طبيعيا وقريبا من المحادثة الشخصية.

٤- التليفزيون :

ويمكن القول إن التليفزيون له نفس مميزات الراديو وخصائصه، ويزيد عليه بإمكانية استعمال الصورة والحركة والألوان، ويعتبر التليفزيون من أهم وسائل

النشر فى الوقت الحاضر إذ يستطيع دخول منازل الجماهير والتحدث إليهم وجها لوجه وإقناعه بالدليل المادى الملموس.

وقد أصبح التليفزيون فى السنوات الأخيرة من أوسع الوسائل انتشارا وأكثرها جاذبية لدى الجمهور وذلك لقدرته على مخاطبة الطبقات المختلفة، من الجمهور فى مستويات العمر المختلفة وعلى مدى زمنى كبير نسبيا، فيمكن من خلال شاشة التليفزيون إرسال العديد من الرسائل التى يمكن أن تصل إلى فئات عديدة من الجهور ومن الممكن أيضا استغلال البرامج والمسابقات فى تقديم العديد من الرسائل الإعلامية.

ومن أهم مزايا الاتصال التليفزيونى لإدارة العلاقات العامة مايلى :.

١- أنها تمكن رجل العلاقات العامة من أن يستفيد من طبيعة هذه الوسيلة إذ لا يكاد يخلو منها بيت.

٢- أنها تمكن رجل العلاقات العامة من استغلال تقنيات العمل التليفزيونى الحديثة وخاصة ما يتعلق منها بالتصوير والإنتاج وقدرتها على إثارة الاهتمام.

٣- أنها تمكن من توصيل الرسائل المنطوقة والمصورة مباشرة لأفراد الجمهور المعنى دونما حاجز.

٤- أنها تمثل مصدرا مهمًا للمعلومات والخبرات المتعلقة بالعلاقات العامة والتى تقيد رجل العلاقات العامة وتغذيه بآخر المعلومات والمبتكرات والفنون.

ومن عيوب هذه الوسيلة :

- ارتفاع تكلفتها فلا تستطيع كثير من المؤسسات الإنفاق على إعداد البرامج التليفزيونية بالإضافة إلى تكلفة البث المرتفعة ولا يمكن ذلك إلا بالنسبة للمؤسسات الكبرى التى لا تستطيع أن تنفق المال الكثير على برامج العلاقات العامة.

- لا تصلح للاتصال الذى يحتاج إلى سرية

- لا تعتبر وثيقة رسمية فى بعض الأحيان؛ لأنها غير قابلة للحفظ

- وسيلة معارضة للتشويش والعطل مما قد يعوق إتمام عمليات الاتصال المرجوة.

وزاد من أهمية التليفزيون استخدام الأقمار الصناعية فى نقل البيانات والمعلومات والأحداث العالمية التى لها تأثير على أعمال المصارف والعملات والصفقات الكبيرة التى لها تاثير على أسواق المال والتجارة، وتوجد حاليا أكثر من ثلاثة آلاف قناة فضائية مستخدمة على الأقمار الصناعية والتى يمكن الاستفادة منها فى الاتصالات الدولية مقابل اشتراكات معينة تدفعها المنشآت للاستفادة من هذه الخدمة الدولية الواسعة، التى تهتم بها الأوساط الاقتصادية، والمصارف الكبيرة، والهيئات الدولية لعرض أنشطتها وأخبارها والتى يمكن تسجيلها بالفيديو وإعادة عرضها لتحليها واستخلاص النتائج منها.

٥- السينما

تعد السينما وسيلة اتصال باهظة التكاليف فى مجالات العلاقات العامة وخاصة إذا كانت أفلامًا سينمائية كاملة، لأن الفيلم الواحد يشترك فى إعداده المؤلف والمخرج والمصور والممثلون والموسيقيون وغيرهم من الفنيين الآخرين من كاتبى السيناريو ومركبى المونتاج ومهندسى الديكور، ولهذا لا يقدر على إنتاج الأفلام سوى المنشآت الكبيرة والتى تفيد من إعداد هذه الأفلام فوائد كبيرة تفوق النفقات التى تحملتها فى إعداد الفيلم وتستخدم هذه الأفلام فى عروض خاصة أو على حسب ما تتطلبه البرامج الموضوعة فى إدارة العلاقات العامة أو تبث عن طريق التليفزيون أو عبر القنوات الفضائية.

وبصفة عامة فالفيلم السينمائى يمكن عرضه فى مناسبات وأماكن مختلفة بمعنى أنه يمكن التحكم فى وقت عرضه اكثر من البرنامج الإذاعى والتليفزيونى فقد تستغل عقد ندوة أو مؤتمر أو مهرجان أو تواجد جمهور معين لعرض فيلم يعرض رسالة معينة، لكن المشكلة فى الفيلم أنه ينبغى إعداده بشكل دقيق وعلمى ومدروس بحكمة وروية اكثر بكثير من غيره من المواد فى الوسائل الأخرى، ولا يعود هذا فقط لتأثيره الكبير فى الجمهور بل أيضا التكلفة العالية التى تعتبر الارتجالية إزاءها نوعا من إهدار مال المؤسسة.



قائمة المراجع

أولا ـ المراجع العربية :

١- القرآن الكريم.

٢- السنة النبوية المشرفة.

٣- عبد الفتاح عبد النبى. تكنولوجيا الاتصال والثقافة بين النظرية والتطبيق القاهرة : العربى للنشر والتوزيع، ١٩٨٩.

٤- رفعت عارف الضبع. الصحافة التربوية (الأردن: عمان، دار الفكر، ٢٠٠٧) صص ١٥٩- ١٧٧.

٥- رفعت عارف الضبع الإتيكيت السلوك الإنساني وفقا للأديان السماوية (الأردن: عمان، دار الفكر، ٢٠٠٧).

٦- على عجوة وآخرون. مقدمة فى وسائل الاتصال (الرياض: مكتبة مصباح، ١٩٩١).

٧ - حمدى حسن. الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام (القاهرة، دار الفكر العربى، ١٩٩١).

٨ - رفعت عارف الضبع. الإعلام التربوى تأصيله وتحصيله (الأردن : عمان، دار الفكر، ٢٠٠٧) صص ١٥٩- ١٧٧.

٩- محمد عاطف غيث. قاموس علم الاجتماع (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٧٩).

١٠- فؤاد أبو حطب، آمال صادق ٠ نمو الإنسان فى مرحلة الجنين إلى مرحلة المسنين ، ط ٢ (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٩) ٠
١١- نضيف فهمى منقريوس ٠ مهارات الخدمة الاجتماعية فى العمل مع الأفراد والجماعات (القاهرة : دار خالد بن الوليد للنشر والتوزيع، ١٩٨٣) .
١١١٢- ماجدة حامد٠ دراسات فى علم النفس (القاهرة : مكتبة النهضة المصرية، ١٩٨٦ ١٣- عبد الهادى الجوهرى وآخرون ٠ دراسات فى التنمية الاجتماعية ٠ مدخل إسلامى (القاهرة : مكتبة نهضة الشرق، ١٩٨٦) .
١٤- فرج الكامل ٠ تأثير وسائل الاتصال : الأسس النفسية (القاهرة : دار الفكر العربى، ١٩٨٥).
١٥- محمد العوينى ٠ نماذج الاتصال وتطبيقاتها فى الإعلام الدولى (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٤).
١٦- يوسف مرزوق ٠مدخل إلي الاتصال (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٨).
١٧- إنشراح الشال ٠ مدخل فى علم الاجتماع الإعلامى (القاهرة : مكتبة نهضة الشرق، ١٩٨٥).
١٨- سمير محمد حسين ٠ الاعلام والاتصال الجماهيرى والرأى العام (القاهرة : عالم الكتب، ١٩٨٤)
١٩- حمدى حسن ٠ مقدمة فى دراسة وسائل وأساليب الاتصال (القاهرة : دار الفكر العربى، ١٩٨٧) ٠
٢٠- جيهان أحمد رشتى ٠ الأسس العلمية لنظريات الاتصال (القاهرة : دار الفكر العربى،د٠ت) ص٧١ ٠
٢١- عاطف عدلى العبد ٠ دليل بحوث الاتصال فى الوطن العربى منذ ظهور الطباعة حتى عام ١٩٨٣ (القاهرة : دار الفكر العربى).
إبراهيم الإمام الإعلام والاتصال بالجماهير (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٦٩).
٢٢ـ ابر اهيم الامام الاعلام والاتصال بالجماهير (القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٦٩).

٢٣- عصام سليمان موسى • المدخل فى الاتصال الجماهيرى (أربد : مطبعة الكتانى، ١٩٨٦) .
٢٤- عبد الغفار رشاد • دراسات فى الاتصال (القاهرة : مكتبة نهضة الشرق ، ١٩٨٩)
٢٥- شاهيناز طلعت • وسائل الاعلام والتنمية الاجتماعية (القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨٠) .
٢٦- محمد سيد أحمد • الاعلام واللغة العربية (القاهرة : عالم الكتب، ١٩٩٢)
٢٧- محمد سيد فهمى• تكنولوجيا الاتصال فى الخدمة الاجتماعية (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ١٩٩٥).
٢٨- الطاهر أحمد الراوى • مختار القاموس (ليبيا : الدار العربية للكتاب، ١٩٧٩).
٢٩- مصطفى حجازى • الاتصال الفعال فى العلاقات العامة الانسانية والادارة (بيروت : دارالطليعة، ١٩٨٢) .
٣٠- محمود عودة، السيد محمد خيرى • أساليب الاتصال والتعبير الاجتماعى (بيروت: دار النهضة العربية، ١٩٨٨) .
٣١- نبيل عارف الجردى • مقدمة فى علم الاتصال، ط ١ (الامارات: مكتبة العين، ١٩٨٥) .
٣٢- برنت روبن • ترجمة جماعية • الاتصال والسلوك الانسانى (السعودية: معهد الادارة العامة،١٩٩١) .
٣٣- محمد سيد محمد • المسئولية الإعلامية فى الاسلام، ط ٢ (القاهرة : المؤسسة الوطنية للكتاب، ١٩٨٦).
٣٤- أحمد بخوش • الاتصال و العولمة (الجزائر : دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨)
٣٥ - صالح خليل أبو أصبع • الاتصال الجماهيرى، ط ١ (عمان : دار الشرق للنشر والتوزيع ، ١٩٩٩)
٣٦- مرفت الطرابيشى • عبد العزيز السيد • نظريات الاتصال (القاهرة: دار الايمان للطباعة ،٢٠٠٦) ٣٤

٣٧ - محمد عبد الحميد نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ط ٣ (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٣).

٣٨ـ عبد الفتاح عبد النبى ٠ محاضرات فى نظريات الاتصال (الزقازيق : كلية الآداب، ١٩٨٨).

٣٩ـ محمد عبد الحميد ٠ وسائل الاتصال المطبوعة (الرياض : مكتبة مصباح، ١٩٩١).

٤٠ـ عواطف عبد الرحمن ٠ الصحافة العربية من الاستقلال الى التبعية، تونس : مجلة الشئون العربية، عدد ٢٤ فبراير،١٩٨٣ .

٤١. محمد منير حجاب ٠ مهارات الاتصال للاعلاميين والتربويين والدعاه (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣) ٠

٤٢ـ إبراهيم أبو عرقوب ٠ الاتصال الانسانى ودوره فى التفاعل الاجتماعى (عمان : محمد بدوى للنشر والتوزيع، ١٩٩٣) .

٤٣ـ أحمد ماهر ٠ السلوك التنظيمى : مدخل بناء المهارات (القاهرة : الدار الجامعية للنشر والتوزيع، ١٩٩٣) .

٤٤ـ نجاه على ٠ فن الالقاء بين النظرية والتطبيق (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٦) .

٤٥ـ مصطفى حجازى ٠ الاتصال الفعال فى العلاقات الإنسانية والإدارة (القاهرة: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ١٩٩٠)٠

٤٦ـ محمد منير حجاب ٠ الاتصال الفعال والعلاقات العامة (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ب٠ت)٠

٤٧ـ فاطمة القلينى ٠ محمد شومان ٠ الاتصال الجماهيرى : اتجاهات نظرية ومنهجيه (جامعة القاهرة : كلية الاعلام، ب ٠ ت)

٤٨ـ ألفت حسن أغا ٠ القائمون بالاتصال وقضايا التنمية: دراسة ميدانية لعينة من القائمين بالاتصال فى المجتمع (الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ١٩٩٢) ٠

٤٩ـ عواطف عبد الرحمن ٠ النظرية النقدية فى بحوث الاتصال (القاهرة : دار الفكر العربى، ٢٠٠٢)٠

٥٠- محمد عبد الحميد · البحث العلمى فى الدراسات الاعلامية (القاهرة : عالم الكتب، ٢٠٠٠)·
٥١- محمود عبد الرؤف كامل · نجيب الحصاوى · مقدمة فى علم الاعلام والاتصال بالناس (القاهرة : مكتبة نهضة الشرق، ١٩٩٥)·
٥٢- مصطفى أبو بكر · التنظيم الادارى فى المنظمات المعاصرة (الاسكندرية : الدار الجامعية، ٢٠٠٥)·
٥٣- أحمد ماهر · كيف ترفع مهارتك الفنية فى الاتصال (الاسكندرية: الدار الجامعية، ٢٠٠٦) ·
٥٤- محمد قوته وعبد الحميد دياب · الاتصالات الادارية (الرياض : جدة، ب ن، ١٤٢١هـ)·
٥٥ - مصطفى أبو بكر · التفاوض الناجح : مدخل استراتيجى سلوكى إلاسكندرية : الدار الجامعية، ٢٠٠٤) ·
٥٦- محمد فتحى· أبجديات التفوق الإدارى (بور سعيد: دار التوزيع والنشر الاسلامى، ٢٠٠٠)·
٥٧- مصطفى أبو بكر.التفكير الاستراتيجى والادارة الاستراتيجية (الإسكندرية: الدار الجامعية، ٢٠٠٦).
٥٨. مصطفى أبو بكر. التنظيم الإدارى (الاسكندرية : الدار الجامعية، ٢٠٠٤)·
٥٩ - أحمد عبد الله اللحلح · مصطفى محمود أبو بكر · مناهج البحث العلمى (الاسكندرية : الدار الجامعية، ٢٠٠٧) .
٦٠- سامى الشريف · مدخل فى نظريات الاتصال (جامعة القاهرة :·كلية الاعلام، ب ·ت)·
٦١- محمد أحمد قوته · الاتصالات الإدارية ونظم المعلومات (جدة : مطبعة الصالح،١٤٢٢ هـ).
٦٢- محمد الجوهرى علم الاجتماع ودراسة الاعلام والاتصال (الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ١٩٩٢)·
٦٣- محمود علم الدين · الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال، الدراسات الاعلامية، المركز العربى الاقليمى، العدد ٨٨، ١٩٩٧ ·

٦٤- راسم محمد الجمال · الاتصال والإعلام فى الوطن العربى (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٩٠)·

٦٥- فضيل دليو · مقدمة فى وسائل الاتصال الجماهيرية، ط ٢ (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ١٩٩٨) ·

٦٦- محمد محمد الطنوبى · نظريات الاتصال (القاهرة: مطبعة الشعاع الفنية، ٢٠٠٦).

٦٧- هناء حافظ بدوى الاتصال بين النظرية والتطبيق (الاسكندرية : المكتب الجامعى الحديث، ٢٠٠٣).

٦٨ - إسماعيل على سعد · الاتصال الإنسانى فى الفكر الاجتماعى (الإسكندرية: (دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠٧).

٦٩ - ونج الشفاهية والكتابة ترجمة حسن البنا عز الدين (الكويت : عالم المعرفة،١٩٩٤) ·

٧٠- ملفين ديفلير ، ساندرا بول روكتش · نظريات وسائل الاعلام ترجمة عبد الرؤف -، ط ٤ (القاهرة : الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، ٢٠٠٢)·

حسن عماد مكاوى، الاتصال ونظرياته المعاصرة (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٠).

ثانيا : رسائل الماجستير والدكتوراه:

١- علاء الشامى دور الاتصال المباشر والراديو والتليفزيون فى نشر المعلومات الصحية العامة بين الشباب المصرى : دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الاعلام، ٢٠٠١).

٢- على أحمد طبوشة · وسائل الاتصال الجمعى والوعى السياسى : دراسة ميدانية لقرية مصرية، رسالة ماجستير، غير منشورة (جامعة عين شمس : كلية البنات، ١٩٨٦).

٣- وائل عبد البارى · مستقبل تكنولوجيا المعلومات فى مصر: دراسة الابعاد الاجتماعية على عينة من المستخدمين، رسالة دكتوراه، غير منشورة (جامعة عين شمس : كلية البنات،٢٠٠٢)·

ثالثا المراجع الاجنبية :

1- Barrat jacques : Medias Et Developpement paris Ed (Litec 1992).

2- Baudichon janing : la Communication processus , forme Et Applications, acolin ,1999

3- Ekvall ,G . the Organizational C ulture of idea , Management : Acreative Climate for the Management of Idea s , in Henry, J, and Walker , D., Managingement Innvation ,London . Saage , p. p 73-9.

4-SackMann , S . (ED) Cultural Complexity in Organizations , in Herent Contracts and Contradictions Oaks , CA; sage 1997.

5- Hofstel , G .culture and Organizations : Soft ware of the Mind (London : Macgraw , 1991) .

6- Bergin , F. J Practical Communication , (London : Pitman Books Limited , 1981) .

7- Hiebert R . E., (etal) ., Mass Media : An Itroduction to Modern Communication .,(New Yourk : Long man ,82)

8- Cohen ,E. Speaking the Speech , Rinehart and Winston (New Yourk: 1983) .

9- Qwen Hargie , (etal) Social Skills in International Communnication , (London , Routledge , 1994) .

10-Judith Lazar . Las ciencede La Communication P.u.f . Paris 1992 ,p. 105.

11- francis Bulle . Medias etSocietes .7 Edition Mont Chretie , Paris 1994 .p.9.

12 –Arisotle. From the Rhetoric in Speech Communication Analysis and Readings(eds) Howard Martin & Anderson (Boston : AllyBacon,1991).

13-Harold D.Lasswel.The Stracture & Function OF ommunication in Society in Mass Communication.2ndEdition (ed) Wigbur Schrann. (Chicago: Wiversty OF iLioos Press. 1975). P117.

14-David Berio the Pross of Communication. (Newyourk, Holt Rinhart Winston, 1960).

15-Donis Mcquail Mass Communication London: Sage Publication, 1978).

16-JayBlack andJennings Bryant intro Duction toCommunication;Under standthe PastExerience the Present Marvel at the Future (4)th U.S.A: Brown Communication Inc,1995) P. 33.

17-Schramm W. Men Massage and Madia (New Yourk: Haarperp) Row Puplishers 1973)

18-Bihner, jR. Mass Communication: Anintroduction, N. j. Prentic. Hall, Inc, 1982.

19-Berko, R, M, (etal). COMMUNICATION: Asocial and Career Focus3 Edition Boston: Houghtan Miffe in Campany (1985).

20-Chramm. & Portter, Men Woman and Media (New Yourk Harperrow Puplishing, 1982) p.p. 169-192.

21-Perse,E Cultivation and Involvment with Local T.V. News, in Signorellin, N. and Morgan, M. (editors) Cultivation Analsis New Direction in Media Effects Research (California Sage Publication,1990).

22-Little john W. Stephen Theories of Human Communication, (Clifornia: Wads Worth publishing Company, 1993).

23-Lull janes. Media Communication, Culture, Grobal Approach, (Oxford:Polity Press,1995).

24-Mcquail Denis and Windahl Seven . Communication Models for the Stusy of Mass Communication, (London: longman,1988).

25- Robert . L. ,Global Communicationin the Twemty.firt Centrury, (New Yourk : Longman PubhishingCroup, 1449) p.p 87-96.

رابعا مصادر من على الإنترنت :

http://www.islamweb.net

http://www.quran.complex.org



السيرة الذاتية للمؤلف

. الاسم / الدكتور رفعت عارف محمد عثمان الضبع

السيرة الذاتية نذكر منها :-

. مؤسس علوم الإعلام النوعى وكليات التربية النوعية

. قام بالتدريس والإشراف على الرسائل العلمية ومناقشتها بالجامعات المصرية والعربية والأوربية

. مستشار لمجلسى الشعب والشورى والبرلمان الدولى ولبعض الوزراء والمؤسسات السيادية والدولية

. عضو بمجلس أمناء اتحاد الإذاعة والتليفزيون

. أول من قدم برامج تليفزيونية عن الإتيكيت والبروتوكول فى التلفزيون المصرى والعربى كمعد ومقدم برامج ومشرف علمى

. محكم دولى لفض المنازعات وديًا وفى المهرجانات الإعلامية الدولية

. كاتب صحفى ومحرر برلماني لمجلسى الشعب والشورى

. شارك فى تأسيس بعض القنوات التليفزيونية والصحف

. متحدث معتمد فى الإذاعات المصرية والعربية

. رئيس تحرير مجلة الإعلام التربوى والعلوم الإنسانية

. نقيب البروتوكول وعضو فى بعض المنظمات الدولية

. تم استضافته فى العديد من اللقاءات التليفزيونية والإذاعية والصحفية.

. نال العديد من الجوائز الدولية.



الفهرس

منافذ بيع
الهيئة المصرية العامة للكتاب



مكتبة المعرض الدائم

١١٩٤ كورنيش النيل - رملة بولاق

مبنى الهيئة المصرية العامة للكتاب

القاهرة

ت : ٢٥٧٧٥٠٠٠ - ٢٥٧٧٥٢٢٨ داخلى ١٩٤ - ٢٥٧٧٥١٠٩

مكتبة مركز الكتاب الدولى

٣٠ ش ٢٦ يوليو - القاهرة

ت : ٢٥٧٨٧٥٤٨

مكتبة ٢٦ يوليو

١٩ ش ٢٦ يوليو - القاهرة

ت : ٢٥٧٨٨٤٣١

مكتبة شريف

٣٦ ش شريف - القاهرة

ت : ٢٣٩٣٩٦١٢

مكتبة عرابى

٥ ميدان عرابى - التوفيقية - القاهرة

ت : ٢٥٧٤٠٠٧٥

مكتبة الحسين

مدخل ٢ الباب الأخضر - الحسين - القاهرة

ت : ٢٥٩١٣٤٤٧

مكتبة المبتديان

١٣ش المبتديان - السيدة زينب

أمام دار الهلال - القاهرة

مكتبة ١٥ مايو

مدينة ١٥ مايو - حلوان خلف مبنى الجهاز

مكتبة الجيزة

١ ش مراد - ميدان الجيزة - الجيزة

ت : ٣٥٧٢١٣١١

مكتبة جامعة القاهرة

خلف كلية الإعلام - بالحرم الجامعى

بالجامعة - الجيزة

مكتبة رادوبيس

ش الهرم - محطة المساحة - الجيزة

مبنى سينما رادوبيس

مكتبة أكاديمية الفنون

ش جمال الدين الأفغانى من شارع

محطة المساحة - الهرم

مبنى أكاديمية الفنون - الجيزة

مكتبة الإسكندرية

٤٩ ش سعد زغلول - الإسكندرية

ت : ٠٣/٤٨٦٢٩٢٥

مكتبة الإسماعيلية

التمليك - المرحلة الخامسة - عمارة ٦

مدخل (أ) - الإسماعيلية

ت : ٠٦٤/٣٢١٤٠٧٨

مكتبة جامعة قناة السويس

مبنى الملحق الإدارى - بكلية الزراعة -

الجامعة الجديدة - الإسماعيلية

مكتبة بورفؤاد

بجوار مدخل الجامعة

ناصية ش ١١، ١٤ - بورسعيد

مكتبة أسوان

السوق السياحى - أسوان

ت : ٠٩٧/٢٣٠٢٩٣٠

مكتبة أسيوط

٦٠ ش الجمهورية - أسيوط

ت : ٠٨٨/٢٣٢٢٠٣٢

مكتبة المنيا

١٦ ش بن خصيب - المنيا

ت : ٠٨٦/٢٣٦٤٤٥٤

مكتبة المنيا (فرع الجامعة)

مبنى كلية الآداب -جامعة المنيا - المنيا

مكتبة طنطا

ميدان الساعة - عمارة سينما أمير - طنطا

ت : ٠٤٠/٣٣٣٢٥٩٤

مكتبة المحلة الكبرى

ميدان محطة السكة الحديد

. عمارة الضرائب سابقًا - المحلة

مكتبة دمنهور

ش عبدالسلام الشاذلى - دمنهور

مكتب بريد المجمع الحكومى - توزيع

دمنهور الجديدة

مكتبة المنصورة

٥ ش السكة الجديدة - المنصورة

ت : ٠٥٠/٢٢٤٦٧١٩

مكتبة منوف

مبنى كلية الهندسة الإلكترونية

جامعة منوف

توكيل الهيئة بمحافظة الشرقية

مكتبة طلعت سلامة للصحافة والإعلام

ميدان التحرير - الزقازيق

ت : ٠٥٥٢٣٦٢٧١٠ - ٠١٠٦٥٣٣٧٣٣٢

مكتبات ووكلاء
البيع بالدول العربية

لبنان

١ - مكتبة الهيئة المصرية العامة للكتاب
شارع صيدنايا المصيطبة - بناية الدوحة - بيروت - ت: ٩٦١/١/٧٠٢١٣٣
ص. ب : ٩١١٣ - ١١ بيروت - لبنان

٢ - مكتبة الهيئة المصرية العامة للكتاب
بيروت - الفرع الجديد - شارع الصيدانى - الحمراء - رأس بيروت - بناية سنتر ماريبا
ص. ب : ١١٣/٥٧٥٢
فاكس: ٠٠٩٦١/١/٦٥٩١٥٠

سوريا

دار المدى للثقافة والنشر والتوزيع -
سوريا - دمشق - شارع كرجيه حداد - المتفرع من شارع ٢٩ أيار - ص. ب: ٧٣٦٦ - الجمهورية العربية السورية

تونس

المكتبة الحديثة . ٤ شارع الطاهر صفر - ٤٠٠٠ سوسة - الجمهورية التونسية .

المملكة العربية السعودية

١ - مؤسسة العبيكان - الرياض
(ص. ب: ٦٢٨٠٧) رمز ١١٥٩٥ - تقاطع طريق الملك فهد مع طريق العروبة -
هاتف: ٤٦٥٤٤٢٤ - ٤١٦٠٠١٨ .

٢ - شركة كنوز المعرفة للمطبوعات والأدوات الكتابية - جدة - الشرفية - شارع الستين - ص. ب: ٣٠٧٤٦ جدة : ٢١٤٨٧ - ت : المكتب: ٦٥٧٠٧٢٢ - ٦٥١٠٤٢١ - ٦٥١٤٢٢٢ - ٦٥٧٠٦٢٨.

٣ - مكتبة الرشد للنشر والتوزيع - الرياض - المملكة العربية السعودية - ض. ب: ١٧٥٢٢ الرياض: ١١٤٩٤ - ت: ٤٥٩٣٤٥١.

٤ - مؤسسة عبد الرحمن السديرى الخيرية - الجوف - المملكة العربية السعودية - دار الجوف للعلوم ص. ب: ٤٥٨ الجوف - هاتف: ٠٠٩٦٦٤٦٢٤٣٩٦٠ فاكس: ٠٠٩٦٦٤٦٢٤٧٧٨٠

الأردن - عمان

١ - دار الشروق للنشر والتوزيع
ت: ٤٦١٨١٩٠ - ٤٦١٨١٩١
فاكس: ٠٠٩٦٢٦٤٦١٠٠٦٥

٢ - دار اليازورى العلمية للنشر والتوزيع
عمان - وسط البلد - شارع الملك حسين
ت: ٩٦٢٦٤٦٢٦٦٢٦ +
تلفاكس: ٩٦٢٦٤٦١٤١٨٥ +
ص. ب: ٥٢٠٦٤٦ - عمان: ١١١٥٢ الأردن.

مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب